

LAPSIPERHEIDEN VIIHTYVYYS RUOKARAVINTOLASSA

Case: Ristorante Momento

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun ala
Hotelli- ja ravintola-ala
Opinnäytetyö
Kevät 2015
Taru Vähämartti

Lahden ammattikorkeakoulu
Matkailun alan koulutusohjelma

VÄHÄMARTTI, TARU:

Lapsiperheiden viihtyvyys
ruokaravintolassa
Case: Ristorante Momento

Hotelli- ja ravintola-alan opinnäytetyö, 47 sivua, 11 liitesivua

Kevät 2015

TIIVISTELMÄ

Tämä opinnäytetyö käsittelee lapsiperheiden viihtyvyyttä ruokaravintolassa. Toimeksiantajana opinnäytetyöllä on Ristorante Momento, Lahti. Tavoitteena oli selvittää, mitkä ovat viihtyvyyteen vaikuttavia tekijöitä lapsiperheille ravintolassa. Työn tarkoituksena oli saada käyttökelpoisia kehitysideoita Ristorante Momentolle lapsiystävällisyyden parantamiseen.

Opinnäytetyön tietoperusta käsittelee asiakaspalvelua ravintolassa ja mitä kaikkea palveluun liittyy. Käytän tietoperustassa myös hiljaista tietoa oman ammatillisuuteni kautta. Toisena pääkäsitteenä käsittelen lapsiperheiden ja lasten käyttäytymistä ravintolassa sekä ravintoloiden tarjontaa lapselle.

Opinnäytetyö on tapaustutkimus, jossa olen käyttänyt kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää sekä kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Opinnäytetyön teko aloitettiin helmikuussa ja sen tekeminen kesti kolme kuukautta. Tapaustutkimus on toteutettu nettikyselyn ja asiantuntijahaastattelujen avulla. Asiantuntijahaastattelut toteutettiin huhtikuun alussa. Kysely kerättiin kyselylomakkeella, jonka jaoin netissä mahdollisilla kohderyhmän tapaamispaikoilla. Kysely toteutettiin viikon ajan maaliskuun lopussa. Vastauksia kyselyyn sain 94 kappaletta.

Tutkimustuloksista selvisi palvelun, oheistuotteiden, leikkipaikan ja saniteettitilojen olevan hyvin merkittäviä viihtyvyyteen vaikuttavia tekijöitä lapsiystävällisessä ravintolassa. Palvelu ja oheistuotteet olivat lapsiperheiden mielestä tärkeimpiä tekijöitä lapsiperheen viihtyvyyteen ravintolassa. Tuloksista selvisi myös, että nykypäivänä 30–40-vuotiaat ovat pienten lasten vanhempia ja ruokailevat useimmin ravintoloissa.

Opinnäytetyössäni tuotin konkreettisia kehittämis ehdotuksia toimeksiantajalleni Ristorante Momentoon. Kehittämis ehdotukset liittyvät lapsiperheiden yleiseen viihtyvyyteen ravintolassa, lapsille tarkoitettuihin oheistuotteisiin ja kalustoon sekä palveluun.

Asiasanat: ravintola, palvelu, palvelun laatu, lapsiperhe

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Hotel and Restaurant Management

VÄHÄMARTTI, TARU:

Satisfaction of families with children
in restaurants

Case: Ristorante Momento

Bachelor's Thesis in Hotel and Restaurant Management, 47 pages, 11
pages of appendices

Spring 2015

ABSTRACT

This thesis deals with how satisfied families with children are in restaurants. Commissioner of this thesis is Ristorante Momento, Lahti. The aim of this thesis was to find out what are the factors affecting the comfort for families with children in restaurants. The purpose was to get usable ideas for developing a child-friendly restaurant in order to improve Ristorante Momento.

The theoretical part of the thesis consists on customer service in the restaurant and all the things associated with the service. In the theoretical part I also used my knowledge gained through personal professional experience. The second main concept deals with families with children and children's behavior in the restaurant as well as what restaurants have to offer to children and families.

This thesis is a case study, in which I have used a qualitative research method. This thesis was started at February and took three months to finish it. A case study has been executed through an online survey and expert interviews. Expert interviews were executed at the beginning of April. The survey has been collected via a questionnaire which I have shared in online forums where the target group is reached the best. The survey was on the Internet for one week at the end of March. Ninety-four responses were received.

Results from the empirical part show how much families with children value service, playground, sanitary facilities and other items designed specifically for children in restaurants. Service and by-products were the most important aspects and those will increase the satisfaction in restaurant. Results show also that nowadays 30-40 year old parents have small children and they often visit restaurants.

The thesis provides concrete development ideas to Ristorante Momento. Development ideas are related to general satisfaction in the restaurant, child-friendly items and service.

Key words: restaurant, service, service quality, families with children

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Työn tavoite ja aiheen rajaus	1
1.2	Ristorante Momento	2
2	ASIAKASPALVELU RAVINTOLASSA	4
2.1	Asiakaspalvelijan rooli palvelutilanteessa	4
2.2	Palveluympäristö	6
2.3	Palvelun laatu	8
2.4	Palvelun kehittäminen	12
3	LAPSIPERHE RAVINTOLASSA	14
3.1	Lapsiperheiden matka kauppakeskuksiin ja ravintoloihin	14
3.2	Ravintoloiden tarjonta lapselle	16
3.3	Lapsiperheiden ravintolakäyttäytyminen	18
3.4	Lapsi asiakkaana	19
4	OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS JA MENETELMÄT	22
4.1	Tapaustutkimus	22
4.2	Aineistonkeruun suunnittelu	23
4.3	Verkkokysely ja asiantuntijahaastattelu	25
4.4	Tutkimuksen toteutus ja tulosten purku	26
5	LAPSIPERHEIDEN VIIHTYVYYS RISTORANTE MOMENTOSA	28
5.1	Vastaajien taustatiedot	28
5.2	Lapsiperheiden ravintolokokemukset palvelusta	29
5.3	Lapsiperheen viihtyvyyteen vaikuttavat tekijät ravintolassa	32
5.4	Ruokalistan merkitys	35
5.5	Kehittämisehdotukset Ristorante Momentolle	36
5.6	Tulosten luotettavuus	38
5.7	Työn arviointi ja jatkotutkimusmahdollisuudet	39
6	JOHTOPÄÄTÖKSET	42
	LÄHTEET	45
	LIITTEET	48

1 JOHDANTO

Lapsiperheet ruokailevat yhä useammin ruokaravintoloissa. Lapsiperheet ovat suuri asiakasryhmä ja heidän palvelukäyttäytymisensä vaikuttaa suuresti ravintolan arkeen. Tämän vuoksi ruokaravintoloiden tulisi kiinnittää huomiota lapsiperheisiin ja heidän tarpeisiinsa ravintolassa.

Opinnäytetyössä selvitän, mitkä ovat viihtyvyyteen vaikuttavia tekijöitä lapsiperheille ravintolassa ja miten heidän ravintolakokemustaan pystyttäisiin parantamaan Ristorante Momentossa Lahdessa. Kiinnostavaa on selvittää, mitkä asiat vaikuttavat lapsiperheiden ruokailukokemukseen ja miten ruokailukokemusta pystyttäisiin parantamaan. Opinnäytetyöni on tapaustutkimus, jossa keskityn tiettyyn pieneen ruokaravintolaketjuun ja heidän Lahdessa sijaitsevaan yksikköönsä. Kyseisessä ravintolassa lapsiperheet ovat merkittävin asiakasryhmä.

Teoriatiedon lisäksi haluan saada konkreettisempaa tietoa ravintolan lapsiperheiden tarpeista ja mitä he ravintolakokemukseltaan kaipaavat. Tästä syystä päädyin tekemään nettikyselyn, joka on suunnattu lapsiperheiden vanhemmille ja lasten kanssa ruokaileville aikuisille. Tein kyselyn lisäksi täsmentäviä asiantuntijahaastatteluja lahtelaiseen lapsiystävälliseen ravintola Rossoon ja ABC-liikennemyymälään.

1.1 Työn tavoite ja aiheen rajaus

Opinnäytetyön päätavoite on selvittää, mitkä ovat viihtyvyyteen vaikuttavia tekijöitä lapsiperheille ravintolassa. Kun saan nämä tekijät selvitettyä, pystyn antamaan toimeksiantajalleni kehitysehdotuksia lapsiperheiden viihtyvyyden parantamiseen Ristorante Momentossa. Toimeksiantajani saa näin konkreettista palautetta toiminnastaan ja pystyy tällöin hyödyntämään opinnäytetyöni tietoja parantamaan lapsiperheiden asiakastyytyväisyyttä. Päätavoitteen saavuttamiseksi tarkastelen ensin palvelua ja lapsiperheitä ravintolan asiakkaina teoriapohjalta, jonka jälkeen syvennyn haastattelujen ja kyselyn kautta itse toimeksiantajan ravintolaan. Tavoitteena on selvittää ensin, minkälaisena lapsiperheet kokevat

lapsiystävällisen ravintolan ja mitä sen tulisi sisältää. Tämän jälkeen voidaan nähdä, miten näitä asioita pystyttäisiin parantamaan Ristorante Momentossa.

Opinnäytetyön tutkimuskysymyksiksi muodostuivat ”Mitkä ovat viihtyvyyteen vaikuttavia tekijöitä lapsiperheille ravintolassa?” ja ”Miten lapsiperheiden ravintolakokemusta pystyttäisiin parantamaan Ristorante Momentossa Lahdessa?”

Työssä keskitytään ainoastaan palvelun laatuun ja mahdollisiin oheistuotteisiin. Työssä ei tulla keskittymään ruokalistaan tai hinnan vaikutukseen ostopäätöksessä. Toimeksiantajani halusi keskittyä parantamaan kaikkea muuta mahdollista ensin, ennen kuin kosketaan hintoihin tai kehitetään uusi ruokalista tai muokataan vanhaa. Toimeksiantajani mukaan pienemmilläkin muutoksilla voi saada isoja asioita aikaan.

1.2 Ristorante Momento

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Ristorante Momento, missä toimin työntekijänä tarjoilijana. Ristorante Momento-ravintola sijaitsee Lahden Karistossa olevassa kauppakeskus Karismassa toisessa kerroksessa. Lahden Ristorante Momento on avattu 3.11.2011. Ravintolassa asiakaspaikkoja on 102 ja talvella 2013 tapahtuneen laajennuksen myötä ravintola sai myös 24-paikkaisen kahvion. Ristorante Momento on italialais-ranskalainen ravintola, unohtamatta suomalaista perinnekulttuuria. Ravintola pyrkii tekemään yksinkertaista ja hyvää ruokaa nopealla palvelulla, johon ravintolan nimikin viittaa. Ravintola tarjoaa asiakkailleen laadukasta ja nopeaa palvelua, A-oikeudet sekä kahvilan. Ravintolan asiakaskunta on melko laaja ja se koostuu pääasiassa kauppakeskuksen asiakkaista. Ravintolalla on paljon vakioasiakkaita ja monet kauppakeskuksen työntekijöistä käyvät usein syömässä ravintolassa. Kuitenkin lapsiperheet ja seurueet ovat ravintolan pääkohderyhmä. (Ristorante Momento 2015.)

Lahden Ristorante Momento on osa pienketjua, johon kuuluu kolme ravintolaa. Päätoimipiste ja samalla suurin toimipiste sijaitsee Helsingin Itäkeskuksessa. Helsingin Itäkeskuksessa oleva Ristorante Momento avattiin helmikuussa vuonna 1992 ja sisällä olevia asiakaspaikkoja siellä on 114, sekä terassilla 82 asiakaspaikkaa. Kaksi muuta toimipistettä sijaitsevat Hyvinkään Willassa, joka avattiin vuonna marraskuussa 2012, sekä Lahden Karismassa, joka avattiin marraskuussa 2011.

Kauppakeskus Willan ravintolassa on 72 asiakaspaikkaa sisällä sekä 40 terassipaikkaa. Kaikki ravintolat ovat kauppakeskusten yhteydessä toimivia ravintoloita, minkä vuoksi palvelun pitää olla nopeaa. Kaikissa ravintoloissa on myös täysin samanlaiset ruokalistat ja hinnat. (Jokivirta 2015.)

2 ASIAKASPALVELU RAVINTOLASSA

Opinnäytetyön tietoperustan ensimmäisessä luvussa tutustutaan asiakaspalveluun ravintolassa ja siihen, mitä kaikkea palveluun liittyy. Seuraavissa kappaleissa kerron asiakaspalvelijan roolista asiakaspalvelutilanteessa, palveluympäristöstä ja palvelun laadusta. Palvelu on hyvin laaja käsite ja olen tässä luvussa keskittynyt vain työni kannalta tärkeimpiin palvelun osa-alueisiin. Olen näin ollen pyrkinyt rajaamaan ja keskittymään luvussa palvelun oleellisimpiin ja suurimpiin kohtiin, jotka ovat ravintola-alalla tärkeimpiä. Valitsin palvelun yhdeksi pääluvuksi, koska se on yksi tärkeimmistä tekijöistä asiakkaan ravintolakokemuksen onnistumisessa. Palvelulla on suuri vaikutus siihen, palaako asiakas ravintolaan uudelleen.

2.1 Asiakaspalvelijan rooli palvelutilanteessa

Asiakkaan kohtaaminen on aina ainutkertainen tapahtuma, jolla on suuri vaikutus palvelukokemuksen onnistumiselle. Halu palvella ihmisiä on kaiken onnistumisen edellytys. Hyvä asiakaspalvelija on aina läsnä ja valmis palvelemaan asiakkaita kaikissa tilanteissa. Onnistuminen palvelutyössä vaatii avointa luonnetta, empaattisuutta, tilannetajua, ongelmanratkaisukykyä, luovuutta, oma-aloitteisuutta ja myönteistä palveluasennetta. Myös asiakaspalvelijan ulkonäkö, siisteys ja käyttäytyminen luovat tärkeän ensivaikutelman asiakkaalle. Asiakaspalvelijan asenne ja reippaus antavat myönteisen kuvan tulevasta palvelusta. Siisti ulkonäkö ja työasu tuovat ryhdikkään olemuksen sekä näin myönteisen kuvan koko yrityksestä. (Hemmi, Häkkinen & Lahdenkauppi 2008, 49–51.) Hyvä asiakaspalvelu on elintärkeää yritykselle kuin yritykselle. Työyhteisössä pitää jatkuvasti reagoida asiakkaiden vaatimaan muutoshasteeseen sekä jatkuvasti oppia itse omasta ja asiakkaiden toiminnasta. (Rissanen 2006, 96.)

Asiakaspalvelija on se, joka jatkuvasti johtaa ja kuljettaa palvelutilannetta eteenpäin. Palvelun yksilöimisellä yritys pystyy saavuttamaan asiakkailleen hänen tarpeensa korkean tyydytysasteen, itselleen hyvän

kannattavuuden, kilpailuedun markkinoilla sekä asiakaspalvelijoiden motivoimisen. (Rissanen 2006, 116.) Tämä osoittaa suurta panostusta asiakaspalveluun ja lisää asiakastyytyvääisyyttä. Yrityksille hyvä palvelu on vain positiivista. Hyvä palvelu tuo vanhat asiakkaat yhä uudestaan takaisin sekä tuo samalla uusia asiakkaita. Hyvä palvelu on yrityksille nykyään yhä vahvempi mainos, koska palvelua osataan vaatia yhä enemmän. (Hannula, Ingberg & Virta 2012, 22.) Asiakaspalvelijan halu palvella asiakkaita on tärkein askel onnistumiseen. Palveluita tuotetaan usein tiiminä, joten henkilökunnan yhteistyö on erittäin tärkeää. Kun yhteistyötaidot henkilökunnan sekä asiakkaiden välillä toimii, on hyvä laajentaa kommunikaatiota kansainvälisemmäksi. Tämän vuoksi myös kielitaito on hyvin tärkeää. Asiakkaan palveleminen hänen omalla kielellään luo asiakastyytyvääisyyttä sekä lisäarvoa palvelulle. (Hemmi ym. 2008, 50–53.)

Parhaimmillaan toimivat asiakassuhteet nostattavat asiakaspalvelijan ammatti-identiteettiä, lisäävät päivittäistä kassavirtaa sekä kohentavat yrityksen imagoa ja liikevaihtoa. Tämän vuoksi ei ole yhdentekevää, miten asiakkaita kohdellaan. Ruokapalveluiden asiakas ei osta pelkkää tuotetta vaan koko palvelukonseptin. Ison vaikutuksen tekee se, että asiakas huomataan ja huomioidaan. Asiakas ja asiakaspalvelija eivät kuitenkaan ole tasavertaisia rooleissaan. Asiakaspalvelijalla on aina vastuullisempi rooli asiakaspalvelutilanteessa. Hänen täytyy osata käyttäytyä ammattimaisesti vaikka asiakas ei näin tekisikään. (Huhtala 2015.)

Palvelutilanteessa asiakaspalvelijalta odotetaan erilaista roolia kuin hänen yksityiselämässään, vaikka inhimilliset tekijät toki vaikuttavatkin suuresti asiakaspalvelutilanteeseen. Asiakaspalvelijan tulisi aina muistaa, että hän on vastuullisempi osapuoli palvelutilanteessa ja hän ei voi näyttää kielteisiä tunteitaan asiakkaalle. Asiakkaalla sekä asiakaspalvelijalla on omia käsityksiä ja odotuksia asiakaspalvelutyöstä. Asiakkaat kohdistavat asiakaspalvelijaan odotuksia palvelun laadusta, asiakaspalvelijan käyttäytymisestä, hänen ammatillisesta osaamisestaan, asiantuntemuksestaan sekä asiakaspalvelijan persoonallisuudesta ja ulkoisesta olemuksesta. Asiakaspalvelijan rooliin puolestaan vaikuttaa

hänen suhteensa organisaatioon, esimiehiin ja työtovereihin. Elämäntilanteella ja perhesuhteilla on myös merkitystä työssä jaksamiseen ja palveluinnokkuuteen. Aina ei jaksaisi hymyillä, mutta aina tulisi toimia ammatillisesti. (Huhtala 2015.) Ammattirooli suojaa työntekijän yksityisyyttä, vaikka työt tehdäänkin omana persoonana. Työtä tehdään yrityksen edustajana tietyssä ammatissa. Asiakaspalvelurooli muodostuu sen mukaan, miten hyvin asiakaspalvelija tunnistaa ja ymmärtää häneen kohdistuvat odotukset sekä miten asiakaspalvelija kohtaa nämä odotukset ja miten hän vastaa niihin. (Eräsalo 2011, 89–90.)

Asiakaspalvelurooli muodostuu myös oman persoonallisuuden varaan. Asiakaspalvelijan täytyy oppia itselleen toimivat toimintamallit. Kun asiakaspalvelija on rento ja tuntee, että kuuluu tähän rooliin, myös asiakas tuntee itsensä luontevaksi omassa roolissaan. Ulkoisesti opittu käyttäytyminen, jonka luullaan kuuluvan palvelurooliin, saa asiakkaan tuntemaan olonsa kiusalliseksi. Kuitenkin asiakaspalvelijan tulee osata mukauttaa käyttäytymistään vastaamaan eri asiakkaiden rooleja ja ottaa tähän tilanteeseen luonteva palvelurooli haltuun. (Eräsalo 2011, 89–90.) Huhtala (2015) toteaaakin artikkelissaan, että asiakaspalvelutilanteeseen tulisi suhtautua palapelinä, jossa pala palalta tarkennetaan asiakkaan mieltymykset kysymällä ja kuuntelemalla sekä varmentamalla, että on ymmärtänyt asiakasta oikein. Tämä ei välttämättä aina johda asiakastyytyväisyyteen, mutta asiantunteva palvelute osoittaa asiakaspalvelijan ammattimaisuuden asiakkaalle.

2.2 Palveluympäristö

Palveluympäristö on paikka, jossa palveluprosessi tapahtuu. Se on palveluntarjoajan suunnittelema ja valvottu tila, jossa asiakas kohdataan. Kaikki mitä tilassa tapahtuu vaikuttaa asiakkaan olotilaan ja käyttäytymiseen. Tällä tarkoitetaan viihtyvyyteen, ilmapiiriin, visuaalisuuteen, ravintolassa siisteyteen ja tuoksuihin liittyviä asioita. Useissa palveluissa myös ekologiset näkökohdat ovat tulleet merkittävämmiksi. (Rissanen 2006, 216.) Ulkoiset ympäristöolosuhteet,

kuten sää ja kilpailijoiden toimenpiteet, eivät taas ole yrityksen hallinnassa. (Grönroos 2010, 432) Kuitenkin usein mielikuva yrityksestä syntyy jo ennen asiakaspalvelijan ja asiakkaan välillä käytävää vuorovaikutusta. Grönroos (2010, 432) esittelee kirjassaan Bitnerin kehittämän palvelumaisemamallin, jonka avulla Bitner yritti auttaa palveluorganisaatioita hallitsemaan palveluprosessin fyysistä ympäristöä. Bitner (1992) toteaaakin artikkelissaan, että kaikki asiat, jotka vaikuttavat palveluympäristössä asiakkaaseen, vaikuttavat myös asiakaspalvelijoihin. Palveluympäristössä tapahtuvat asiat vaikuttavat asiakaspalvelijoiden motivaatioon, tuottavuuteen sekä siihen, kuinka tyytyväisiä he ovat työhönsä.

Bitnerin palvelumaisemamalli on saanut myös paljon arvostelua. Arvostelusta huolimatta se antaa perustan palvelun fyysisen ympäristön ja sen työntekijöihin ja asiakkaisiin vaikuttamisen ymmärtämiselle. (Grönroos 2010, 433.) Usein ravintola-alan paikoista näkee heti, ovatko ne pikaruokaravintoloita, lounasravintoloita vai hienompia A la Carte -ravintoloita. Sisustus, musiikki, vaatetus sekä henkilökunnan eleet paljastavat ravintolan tyylin heti sekä vaikuttavat suoraan siihen, jäävätkö asiakkaat ravintolaan vai ei. Nämä kaikki fyysiset seikat kuten lämpötila, tuolien mukavuus sekä valaistus vaikuttavat siihen, kuinka pitkään asiakas viipyy ravintolassa. Usein pikaruokaravintoloissa on kovat penkit, koska ravintolan idea on se, että ihmiset viipyvät siellä vain hetken. Hienommissa ruokaravintoloissa on mukavampia ja pehmeämpiä sohvia, jotka on tarkoitettu siihen, että asiakkaat viipyvät ravintolassa kauan ja nauttivat kaikki lisäpalvelut, mitä tarjottavissa on. Tämän vuoksi palveluympäristöllä voidaanakin joko tukea asiakkaan odotuksia tai latistaa ne kokonaan. (Bitner 1992.) Mitä paremmin asiakkaan odotuksiin vastataan sisutuksella, lämpötilalla ja muilla fyysisillä elementeillä, sitä helpommin asiakkaat tulevat antamaan positiivista palautetta eteenpäin ravintolasta muille mahdollisille asiakkaille. Mitä paremmin tilanne etenee, sitä parempi asiakastyytyväisyys on. (Abubakar & Mavondo 2014, 836.)

Olen kuitenkin tarjoilijan ammatissani huomannut, että ihmiset reagoivat ärsykkeisiin eri tavoin, ja tämän vuoksi on melkein mahdotonta miellyttää

kaikkia samanaikaisesti. Eri ihmisryhmät, kuten eläkeläiset tai lapsiperheet, kokevat tilanteet ja tunteet hyvin eri tavoin. Vanhemmat ihmiset saattavat helposti palella tai häiriintyä melusta, kun taas lapsiperheet ovat tottuneet meluun ympärillään. Tämän vuoksi ravintoloissa pyritäänkin kultaiseen keskitiehen, eikä miellytetä vain ääripäitä tai pääasiakasryhmää. Ravintolan tulisi olla kaikille avoin, vaikka asiakassegmenttejä täytyykin tehdä, jotta tiedetään suunnilleen, mihin palvelun ja ravintolan ilme suuntaa.

Palveluympäristö jaetaan kahteen eri ympäristöulottuvuuteen: ulkoiseen ja sisäiseen ulottuvuuteen. Ulkoinen palveluympäristö pitää sisällään palvelupaikan sijainnin, maiseman ja muun ulkoisen suunnittelun, opasteet, kyltit, väylät ja pysäköinnin. Sisäisessä palveluympäristössä vaikuttavat taas palvelupaikan visuaalinen ilme, pohjapiirustus, laitteet, ilman laatu ja lämpötila, musiikki ja muut aistittavat asiat. Koko palveluympäristössä tapahtuu kohtaamisia, joissa henkilökunta ja asiakkaat ovat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. He eivät kuitenkaan ole osa varsinaista maisemaa vaan reagoivat siihen yksilöllisesti. Kun palvelun tarjoaja ottaa nämä molemmat ulottuvuudet huomioon, se helpottaa häntä suunnittelemaan paremmin palveluprosessia ja palvelutapaamisen fyysistä ympäristöä. (Grönroos 2010, 433–434.)

2.3 Palvelun laatu

Palvelun laatu määräytyy asiakkaiden henkilökohtaisten palvelukokemusten laadusta. Palvelu on aineetonta, ja asiakas osallistuu palvelun tuottamiseen ainakin jossain määrin. Palvelua kulutetaan samalla kun sitä tuotetaan, eikä sitä voi arvioida etukäteen toisin kuin tavaraa. Palveluun kuitenkin usein liittyy jotain tavaraa. Palvelu tapahtuu palveluprosessin ja palvelutilanteen aikana. Palvelu koetaan luotettavaksi, jos se on ammattimaista, helposti lähestyttävää, luotettavaa, joustavaa ja uskottavaa. (Mäkinen 2015.) Usein hyvän palvelun kokemus syntyykin siten, että asiakas kokee saavansa kunnioittavaa ja ammattitaitoista palvelua kilpailukykyiseen hintaan. Asiakaspalvelija käyttäytyy ryhdikkäästi

ja ammattitaitoisesti, jolloin asiakkaalle jää mielikuva, että häntä palvelee kaikella mahdollisella tiedolla ja taidolla. Kuitenkin palvelun huonous tai hyvyys on loppujen lopuksi asiakkaan kokemus. (Rissanen 2006, 17.) Palvelun laatu määräytyykin tämän vuoksi usein asiakkaiden omien tarpeiden ja halujen mukaan (Torres 2014, 655).

Asiakkaan tyytyväisyys riippuu paljon asiakkaan omista ennako-odotuksista ja asiakkaan tunnetilasta (Abubakar & Mavondo 2014, 854). Palvelu tehdään asiakasta varten ja parhaimmillaan muotoillaan jokaiselle asiakkaalle yksilöllisesti. Palvelua ei voi tehdä varastoon eikä säilyttää siellä, vaan hyvä palvelu luodaan asiakkaan kanssa yhdessä palvelutilanteessa. (Rissanen 2006, 17.) Asiakkaat odottavat markkinoilla hyvää palvelua, mutta ovat harvoin valmiita maksamaan siitä. Tavaratuotteiden laatustandardit ovat selkeitä, valmiiksi pohdittuja, kattavasti määriteltäviä ja usein luokituslaitosten valvomia. Palvelujen laatutilanne on paljon epäselvempi, koska palvelukirjo on valtavan suuri. (Rissanen 2006, 214.)

Asiakkaat kokevat laadun hyvin laajasti ja heidän laatukokemuksensa pohjautuu usein muuhun kuin teknisiin ominaisuuksiin. Tämän vuoksi täytyy muistaa, että tärkeää on laatu sellaisenaan, kuin asiakas sen kokee. Asiakkaalle on tärkeää, mitä ja miten hän saa vuorovaikutuksessa yrityksen kanssa, koska sillä on suuri vaikutus asiakkaan arvioidessa palvelun laatua. Asiakas pystyy myös usein näkemään palveluyrityksen ja sen resurssit, toimintatavat ja prosessit. Siksi yrityksen imagolla on suuri merkitys useimmissa palveluissa laadun kokemiseen. Jos asiakkaalla on myönteinen kuva palveluntarjoajasta, hän luultavasti antaa pienet virheet helposti anteeksi, mutta jos mielikuva on negatiivinen jo valmiiksi voi olla varma, että asiakas etsimällä etsii virheitä palveluntarjoajasta. (Grönroos 2010, 100–102.)

Palvelun laatukokemukseen vaikuttaa merkittävästi myös se, miten henkilökohtaisesti asiakas palvelun kokee. Henkilökohtaisuus syntyy omistautumisesta eli siitä, että asiakaspalvelija keskittyy juuri kyseiseen asiakkaaseen ja kyseiseen tilanteeseen. Asiakaspalvelija on läsnä

asiakkaalle juuri sillä hetkellä. Tämä voi olla joskus vaikeaa, koska työ on hyvin hektistä. Asiakaspalvelijan tulisi kuitenkin aina muistaa, kun on palvelemassa asiakasta, että hän ei voi tehdä muita asioita samaan aikaan, vaan keskittyminen täytyy olla kokonaan asiakkaassa. (Eräsalo 2011, 21.) Tämä on tärkeää, koska ravintoloita on useita, joten kilpailukin on kovaa. Jos palveluntarjoaja ei anna asiakkaalle mitä hän haluaa ja asiakkaan kokema palvelun laatu on huonoa, asiakas ei epäröi hetkeäkään vaihtaa ravintolaa. Tämän vuoksi palvelun laatu on hyvin tärkeää ja linkittyy vahvasti asiakastyytyväisyyteen. (Mongdong 2015.)

Rissanen (2006, 215–216) mukaan asiakas muodostaa käsityksensä palvelun laadusta tarkastelemalla palvelua useasta eri näkökulmasta. Hän jakaa palvelun laadun ulottuvuudet kymmeneen kohtaan (Taulukko 1).

TAULUKKO 1. Palvelun laadun ulottuvuudet (Rissanen 2006, 215–216)

1. Pätevyys ja ammattitaito
2. Luotettavuus
3. Uskottavuus
4. Saavutettavuus
5. Turvallisuus
6. Kohteliaisuus
7. Palvelualttius
8. Viestintä
9. Asiakkaan tarpeiden tunnistaminen ja ymmärtäminen
10. Palveluympäristö

Pätevyys ja ammattitaito tarkoittavat palvelun tuottajan ammattitaitoa palvelun ydinalueella. Luotettavuus tarkoittaa, että palvelu tuotetaan jämäkästi ja virheettömästi tavalla, joka luo asiakkaassa luottamuksen tunteen tuottajan asiahallintaan. Uskottavuudessa asiakas saavuttaa luottamuksen siihen, että palvelun tarjoaja toimii asiakkaan edun vaatimalla tavalla. Saavutettavuus tarkoittaa, että asiakas voi saavuttaa palvelun kohtuullisella vaivalla, eli asiakkaan ei tarvitse nähdä ylimääristä

vaivaa saavuttaakseen palvelun. Turvallisuus on tärkeä, sillä asiakkaan tulisi kokea turvallisuutta jatkuvasti, jotta palvelu olisi onnistunut. Jos asiakas on jatkuvassa pelkotilassa, hän ei nauti palvelusta, eikä varmasti tule käyttämään sitä uudestaan. Kohteliaisuus tulee esille siten, että palvelun tuottajan pukeutuminen, käytös ja koko persoonallisuus tulisi viestiä asiakkaalle huomaavaisuutta, arvostusta ja kunnioitusta.

Palvelualttius tarkoittaa, että palvelutilanteessa, sitä ennen ja sen jälkeen asiakkaalle puhutut tai lähetetyt viestit ovat ymmärrettäviä, avoimia, eivätkä liian pitkiä. Viestinnän tulisi olla selkeää ja asiakkaan ymmärtävää. Asiakkaan tarpeiden tunnistaminen ja ymmärtäminen on hyvin tärkeää palvelun onnistumisen kannalta. Palvelun tuottajalla on ammattitaito syventää ja varmistaa asiakkaan palveluntarve. Viimeinen kohta eli laadunulottuvuus on palveluympäristö, joka tarkoittaa palvelun tarjoajan suunnittelemaa ja valvovaa paikkaa. Palveluympäristöllä tarkoitetaan viihtyvyytteen, ilmapiiriin, visuaalisuuteen, ravintolassa siisteyteen ja tuoksuihin liittyviä asioita. (Rissanen 2006, 215–216.)

Laatua pidetään yhtenä menestyksen avaintekijöistä. Yrityksen kilpailuetu usein riippuukin sen tarjoamien tuotteiden ja palvelujen laadusta ja arvosta. (Grönroos 2010, 104.) Jos asiakkaiden halutaan pitävän koko palvelua laadukkaana, pitää sekä teknisen laadun että toiminnallisen laadun olla hyviä. Tekninen laatu osoittaa tuotteen laadun ja toiminnallinen laatu osoittaa miten asiakas saa palvelun ja miten hän sen kokee. Toiminnalliseen laatuun kuuluu myös palvelun sujuvuus ja joustavuus. (Eräsalo 2011, 17.) Teknisessä laadussa yritys pyrkii kehittämään sisäisesti strategioitaan ja pyrkii kehittämään sellaisia teknisiä ratkaisuja, johon kilpailijat eivät pysty vastaamaan. Toiminnallisen laadun kehittäminen saattaa taas lisätä merkittävästi asiakkaiden saamaa arvoa ja antaa yritykselle tarvittavaa kilpailuetua. (Grönroos 2010, 104.)

Joissakin tilanteissa hinta sisältyy yhdeksi laatukriteeriksi. Asiakkaat voivat rinnastaa korkeamman hinnan parempaan laatuun varsinkin silloin, jos palvelu on kokonaan aineetonta, kuten asiantuntijapalvelut. Hinta vaikuttaa usein hyvin merkittävästi asiakkaan käyttäytymiseen. Esimerkiksi jos palvelun hinta on liian korkea, asiakkaat eivät välttämättä osta tuotetta

tai palvelua. Kuitenkin joissakin tilanteissa hinta saattaa olla yksi laatukriteereistä ja he odottavat tällöin parempaa palvelua, koska maksavat enemmän. (Grönroos 2010, 122–123.)

2.4 Palvelun kehittäminen

Yrityksissä kehittämistyön merkitys on kasvanut nopeasti. Ympäröivä maailma muuttuu yhä nopeammin ja yritysten täytyy yrittää pysyä kehityksessä mukana. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 12–13.) Ravintola-alalla kuitenkin usein huomaa, että yrityksen sisällä uskotaan siihen, että palvelu ja tuotteet ovat kunnossa ja työ jatkuu tasaisesti, koska valituksia ole tullut tavallista enempää. Vakioasiakkaat jatkavat ravintolassa käymistä, joten oletetaan, että mitään ei tarvitse muuttaa.

Täsmätietoa tarvitaan kuitenkin yrityksen ongelmien ratkaisemiseksi, eli massasta pitää onnistua poimimaan olennainen tieto joka palvelee yrityksen tarpeita. Yrityksen ketteryys, muutosten nopea omaksumiskyky ja vastausnopeus vaikuttavat yrityksen menestymiseen, joten innovatiivisuuden vaatimus kasvaa jatkuvasti. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 13.)

Kehittämistä suunnitellessa opitaan myös huomaamaan kehittämisen kohteita ja tarttumaan niihin tavoitteellisesti. Vaikka kehittämistä usein tehdäänkin ryhmässä, siinä korostuu myös itsenäisyys. Toisaalta verkostoitumisesta on tullut keskeisempi osa-alue työelämässä. Yksilölliset ominaisuudet eivät enää sellaisinaan yksin määrää kehitystä, vaan erityisen tärkeää on myös sosiaalinen pääoma ja ihmissuhteet. (Ojasalo ym. 2009, 15.)

Ymmärtämällä asiakkaiden epäsymmetriset vastaukset ruokailun jälkeisestä käyttäytymisestä ja ravintolan palvelun laadusta, ravintolapäälliköt voivat saada paremman käsityksen siitä, miten parantaa ravintolan palveluita niin, että asiakastyytyväisyys kasvaisi. (Chang, Chen & Hsu 2010, 621.) Innovaatiot ja kehitys on osa palvelualan kasvua ja jokapäiväistä elämää. Innovoidessa löydetään uusia ja parempia tapoja

tehdä tiettyjä asioita ja se voi liittyä itse palveluun, laitteisiin tai oheispalveluihin. (Mongdong 2015.)

Ravintolassa pienikin kehitys on suuri parannus yritykselle.

Työkokemukseni kautta olen päässyt huomaamaan, miten pienilläkin kehitys askelilla saa ison lumipallon pyörimään eteenpäin. Esimerkiksi euron hinnan korotuksella ei ole suurta merkitystä asiakkaille, mutta yrityksen myynnissä se on valtava nousu. Sisustuksessa pelkän ravintolan lamppujen vaihto tuo täysin uuden ilmeen ravintolalle. Pienillä asioilla ja muutoksilla on merkitystä palvelun kehittämiseen.

3 LAPSIPERHE RAVINTOLASSA

Tässä luvussa käsittelen lapsiperheiden ja lasten käyttäytymistä ravintolassa sekä mitä ravintoloilla on tarjota lapsille ja lapsiperheille. Luvussa kerron myös hieman ravintoloiden historiaa ja miten lapsiperheet ovat ravintoloihin aikoinaan päässeet. Lapsiperheet ovat nykyään yksi tärkeimpiä asiakasryhmiä, mutta aina näin ei ole ollut. Tässä luvussa syvennyn nimenomaan lapsiperheen näkökulmaan ravintolassa ja miten heitä huomioidaan nyt ja toivottavasti tullaan huomiomaan tulevaisuudessa. Keskityn Suomen ravintolahistoriaan ja miten Suomessa lapsiperheisiin suhtaudutaan.

3.1 Lapsiperheiden matka kauppakeskuksiin ja ravintoloihin

Ravintolat ovat aina näytelleet tärkeää roolia ihmisten elämässä. Ihmisille tulee nälkä, joten he tarvitsevat ruokaa. Ihmiset ovat kiireisiä tai nälkä yllättää kesken kaiken, joten he syövät ulkona ravintolassa. (Mongdong 2015.) Ravintoloiden määrä onkin kasvanut jatkuvasti vuosien varrella. Suomessa oli vielä 60-luvulla suhteellisen vähän ravintoloita ja vain hyvin pieni osa väestöstä käytti ravintolapalveluja. Vasta 70-luvulla naisten ravintolakäynnit tulivat sosiaalisesti hyväksytyksi. Silti vain harvat suomalaiset lapsiperheet käyttivät ravintolapalveluita, tai jos perhe ruokaili kodin ulkopuolella, se merkitsi yleensä nakkikioskilla syömistä tai joissakin isoissa kaupungeissa jopa hampurilaisravintoloissa käymistä. Ravintoloiden määrän lisääntyessä yhä enemmän perheitä ja lapsia alettiin pitää potentiaalisina asiakkaina. 80-luvulla suomalaiset hotellit alkoivat ensimmäisenä houkutella lapsiperheitä asiakkaikseen erilaisten lapsi-, sesonki- ja viikonloppualennusten avulla. Heti tämän jälkeen ravintolatkin alkoivat toivottaa perheitä tervetulleiksi ruoka-asiakkaiksi. (Mäkelä, Palojoki & Sillanpää 2003, 98.)

Kun ensimmäiset ravintolat syntyivät Suomeen, jaoteltiin ne sivistyneistön ravintoloihin ja rahvaan ravintoloihin. Tästä on kehitytty huimasti eteenpäin, ja jo 80-luvulla ravintoloiden määrä ja tarjonta olivat reilusti monipuolistuneita. Tällöin tarjolla oli monenlaisia ravintoloita kuten, A la

Carte -ravintoloita, musiikkipubeja, yökerhoja ja pikaruokaravintoloita. Ulkomaanmatkailua, vapaa-aikaa ja kuluttamista suosittiin ja asiakkaiden erilaiset tarpeet otettiin huomioon palveluiden suunnitteluissa. Alan arvostus alkoi nousta ja työpaikoista oli jopa ylitarjontaa. Ketjujen tuleminen alkoi ja tämä takasi eri puolella Suomea tasalaatuisen ja samanlaisen ruoka-annoksen. (Hemmi ym. 2008, 19, 28.)

Usein ravintolaan mennään, koska halutaan säästää aikaa sekä saada vaihtelua ja elämyksiä. Arkiruokailun lisäksi tarvitaan juhlia, kuten äitienpäivä, syntymäpäivät ja muut vuosijuhlat. Nämä ovat merkittäviä päiviä ravintoloissa, mutta aina ei edes tarvita mitään erityistä syytä ravintolaan menemiseen. (Hemmi ym. 2008, 39.)

Nykypäivänä ravintoloita on montaa eri tyyppiä ja kaikissa on omanlaisensa palvelu, sisustus, asiakaskunta ja ruokakulttuuri. Yleistyvää vetovoimaa on kuitenkin kauppakeskuksissa sekä liikennemyymälöissä. Suurimmat liikennekeskukset ovat henkisiä ja fyysisiä tankkausasemia. Raskaan liikenteen kuljettajat voivat pitää lakisääteisen tauon, lapset saavat liukua mäkeä ja hyppiä pallomeressä ja vanhemmat saavat huolehtia perheen pienemmistä. (Heikkinen, Inkinen & Kortelampi 2003, 30.)

Kun tavaratalot syntyivät 80-luvulla, niiden ja niissä sijaitsevien ravintoloiden merkitys oli naisille hyvin suuri ja elämää mullistava. Naiset pääsivät ensimmäistä kertaa turvalliseen paikkaan istumaan valmiiseen pöytään, tilaamaan listalta mielensä mukaan, syömään toisten ihmisten laittamaa ruokaa ja lähtemään pois ilman siivousta. (Kortelainen 2005, 356.) Tavaratalo olikin naisten oma valtakunta, jossa mies kulki kuin salaa. Tästä huomasi miten roolit olivat vaihtuneet. (Kortelainen 2005, 360.) Kun naiset alkoivat kulkea tavarataloissa lastensa kanssa, alkoivat ravintolat ja kahvilat reagoimaan eri tavoin. Toiset paikat alkoivat rahastaa vanhempien ongelmista, kuten vauvojen ruokien lämmittämisestä. Toiset paikat taas tulkitsivat tämän hyväksi mahdollisuudeksi saada enemmän asiakkaita ja huolehtivat äitien ja vauvojen viihtyvyydestä lämmittämällä ilmaiseksi vauvojen ruuat. Tästä syntyikin uudenlainen city-äitiyssymboli. Äitien ei

tarvinnut enää piiloutua tai olla häpeissään, vaan he voivat liikkua kaupungilla vapaasti. (Kortelainen 2005, 376.)

Nykyaikaiset kauppakeskukset ovat jatkoa perinteisille kauppakujille, pasaareille ja tavarataloille. Kauppakeskukset antavat mahdollisuuden ihmisille nautiskella olostaan muiden ihmisten, tuotteiden ja tapahtumien keskellä. Kauppakeskus on suuri, viihdyttävä näytelmä, viikonloppuisin jopa speaktaakkeli, joka tarjoaa tilan pienille tapahtumille. Ruoka, ravintolat ja elämystarjonta ovat tulevan ostos- ja liikennekeskuksen keskeisiä houkutustekijöitä. (Heikkinen ym. 2003, 30–31.) Kauppakeskukset ovat myös turvallisia vetäytymispaikkoja ihmisille, jotka kaipaavat tietynlaista omaa rauhaa. Kauppakeskuksen helpottavien palvelujen äärellä on helppo olla ja liikkua. Vain imettävä äiti voi tietää, miten turvalliselta ja hyvältä tuntuu vetäytyä meluisilta, levottomilta kaduilta kauppakeskukseen, jonka lastenhoituhuoneessa on oma tila imettämistä varten. (Kortelainen 2005, 376.)

3.2 Ravintoloiden tarjonta lapselle

Ravintoloiden tarjonta lapsille on ollut melko yksinkertaista ja helppoa. Lapsia on Suomessa houkuteltu ravintoloihin erilaisten lastenlistojen ja leikkinurkkausten avulla. Yleensä ravintolat ajattelivat, ettei lapsiasiakkaalle riittänyt pelkkä ruoka vaan heitä piti viihdyttää ravintolassa myös muilla tavoin. Yleisimpiä viihdykkeitä ovat olleet leikkinurkkaukset, piirustusvälineet ja lelut. Kuitenkin vasta 80-luvulla ravintolat alkoivat ymmärtää, että lapset ovat tulevaisuuden asiakkaita ja heihin täytyy alkaa kiinnittää huomiota enemmän. Lapsiperheiden ravintolapalvelut alkoivat 90-luvulla olla jo arkipäivää ja tästä syystä esimerkiksi huoltoasemat alkoivat myös keskittää voimavarojaan autoileviin lapsiperheisiin leikkinurkkausten ja lastenlistojen avulla. Kun kaikki ravintolat kilpailivat samojen lastenlistojen ja leikkipaikkojen avulla, alkoivat ravintolat ja hotellit järjestämään erilaisia tapahtumia lapsille. Tapahtumat olivat niin suosittuja, etteivät kaikki päässeet edes osallistumaan ensimmäisellä kerralla.

Tapahtumien jälkeen lapset saivat mukaansa jonkin muiston, kuten ilmapallon. (Mäkelä ym. 2003, 100–101.)

Mäkelän (2003) kertomassa Hirvosen (2000) teettämässä kyselyssä lasten mielestä ravintolan tärkein ominaisuus on hyvä ruoka ja toiseksi tärkein ystävällinen henkilökunta. Muita hyvän ravintolan merkkejä ovat nopea palvelu, leikkinurkkaus, juhlallinen tunnelma ja sisustus. Kaupunkilaiset arvostavat enemmän nopeaa palvelua, joka korostuu usein palvelu tilanteessa. Maaseudulta tuleville lapsiperheille taas nopeus ei ole suuri asia, vaan tärkeimmäksi nousevat oheispalvelut, kuten leikkipaikka. Perhe ei myöskään usein tarvinnut syytä ravintolakäynnilleen vaan ravintolaan mentiin viettämään aikaa. Ravintolapalveluja käytetään kuitenkin eniten matkoilla ja lomalla. (Mäkelä ym. 2003, 104–105.)

Vaikka lasten ravintolaruokailussa onkin tapahtunut paljon muutoksia 60-luvulta tähän päivään, tietty perusrunko on säilynyt. Lapsille tarjotaan samantapaisia ruokia ja lasten viihdykkeet ovat samoja kuin ennenkin. Samalla aikuisten ateriointi on kuitenkin muuttunut ja kehittynyt eteenpäin. Tämä voi johtua siitä, ettei lapsilta ole kysytty heidän toivomuksiaan, eikä mikään ravintola ole uskaltanut lähteä kokeilemaan uutta. Monesti vielä lasten vanhemmat ovat valinneet paikan, eivätkä hekään ole kyseenalaistaneet olosuhteita. (Mäkelä ym. 2003, 106.)

Vasta nykypäivänä olen huomannut ammatissani tarjoilijana joidenkin vanhempien muuttuneen tavan kohdella lapsia asiakkaana ja he antavat lasten itse kertoa mitä haluavat. Näin he opettavat samalla lapsia tulevaisuuden ravintolakäyttäytymiseen. Vanhemmat ovat myös tulleet vaativimmiksi ja osaavat pyytää ja vaatia jotain muuta kuin kaavan mukaista palvelua ja tuotteita. Esimerkiksi ruoka-annoksia muokataan lapsen makupaletin mukaiseksi tai taas vastaavasti hieman terveellisemmäksi vaihtoehdoksi. Palvelua taas voi pyytää joko enemmän tai vähemmän kuin normaalisti.

Perheen kanssa ravintolassa käyminen totuttaa lapsen ravintolaruokailuun. Tämän vuoksi myös ravintoloiden tulisi kunnioittaa

lapsiasiakkaitaan. Lapsi osaa myös arvostaa kauniisti katettua pöytää, hyvää seuraa, hyvää palvelua ja maukasta ruokaa. Usein ongelmana ei olekaan lapsi vaan aikuinen, joka ei osaa arvostaa lasta ravintola-asiakkaana. (Mäkelä ym. 2003, 107.)

Lapsille tulisi löytyä myös oikeankokoiset ruokailuvälineet, jotta ruokailu olisi viihtyisämpää koko perheelle. Tarjoilijan työssäni olen huomannut, kuinka turhauttavaa lapsilla voi olla syödä liian isoilla ruokailuvälineillä, koska he eivät pysty hallitsemaan niitä. Vaikka lapsille ei ravintolasta erikseen löytyisikään pienempiä ruokailuvälineitä, voi kahvilusikkaa soveltaa tähän tarkoitukseen helposti. Myös juomalasin valinta täytyy miettiä tarkkaan. Lapselle ei kannata antaa liian isoa tai jalallista lasia. Hyvä olisi antaa pienempi matala lasi tai pahvimuki jos ravintolasta löytyy. Usein lapsille annetaan myös pilli ja mahdollisesti kansi, jotta juominen helpottuisi, eikä vanhempien tarvitse joka hetki pelätä, milloin jotain menee rikki.

3.3 Lapsiperheiden ravintolakäyttäytyminen

Lapsiperheet, joissa perheen lapset ovat vasta vauva- tai taaperoiässä, arvostavat ja käyttävät enemmän terveellistä ruokaa ja luomuruokaa. Yksinhuoltajataloudet ja perheet, joissa lapset ovat jo vanhempia, suosivat puolestaan enemmän pikaruokaa. (Solomon, Bamossy, Askegaard & Hogg 2006, 11.) Nuoret lapsiperheet ovat alkaneet ruokailla ravintoloissa innokkaammin kuin ennen. Yleisemmin lapsiperheet ruokailevat pizzerioissa, hampurilaispaikoissa, ketjuravintoloissa ja kauppakeskusten ravintoloissa. (Ranta 2012.)

Rannan (2012) haastatteleva kuluttajatutkimuksen erikoistutkija Varjonen (2012) kertoo, että ravintoloiden iso haaste on, miten houkutella ja palvella lapsiperheitä siten, että he eivät vaikuta muuhun asiakaskuntaan. Kuluttajatutkimuskeskuksen mukaan lasten häiritsevään käyttäytymiseen tulisi kiinnittää enemmän huomiota, koska ravintolat tulevat kohtaamaan ilmiön yhä useammin. (Ranta 2012.) Vilkkaat lapset ovatkin työssäni vaikeimpia tapauksia, mutta kun he osaavat käyttäytyä ja heille tarjotaan

mahdollisuus siihen, voi asiakaskokemus olla molemmin puolin jotain ihmeellistä.

Lapsiperheet ovat vaativia asiakkaita. He odottavat ystävällisyyttä, edullisuutta, toimivuutta ja nopeutta. He myös arvostavat, että lapsia kohdellaan tasaveroisinasi asiakkaina ja että lasten vilkasta käyttäytymistä myös suvaitaan ja ymmärretään. Tärkein syy lasten kanssa ulkona syöntiin on matkalla olo ja nälän tyydyttäminen. Harvinaisin syy lasten ravintolaan vientiin on halu opettaa ruokakulttuuria lapsille.

Suomalaislasten kasvatusta on melko vapaata, minkä vuoksi lasten ravintolakäyttäytymistä on hyvin vaikeaa kontrolloida, jos kasvatusta ei ole kotona hoidettu oikein. (Ranta 2012.)

Lapset ovat hyviä asiakkaita, jos vanhemmat antavat heidän sellaisia olla. Jonkin verran he tietysti sotkevat, mutta ei lapsilta voi vaatia täydellistä otteiden hallintaa. Täysi maitomuki vastaa aikuisella ties kuinka monen litran tuoppia. Hallitse sitä sitten! Pitää ennakoida ja varautua. (Hannula, Ingberg & Virta 2012, 50.)

Ravintolakokemus jaetaan usein muiden kanssa ja se vaikuttaa myös ravintolakäyttäytymiseen. Ravintolassa syömisessä tai risteilylle lähtemisessä palvelu ja palveluympäristö jaetaan muiden asiakkaiden kanssa. Esimerkiksi ravintolassa asiakkaat usein istuvat hyvin lähekkäin toisiaan. Yksinkin ruokaileva ihminen on vaikutuksessa muiden asiakkaiden kanssa. (Miao 2014, 49–51.) Lapsiperheet usein pitävätkin tästä, että perheen lapset saattavat tavata uuden kaverin leikkipaikalla ja saavat näin itse oman ruokarauhan hetkeksi. Yksinhuoltajaäidit tai -isät ruokaillessa lastensa kanssa saattavat löytää myös seuraa toisista samanlaisessa elämäntilanteessa olevista ihmisistä.

3.4 Lapsi asiakkaana

Lapsuudella on suuri merkitys yksilön myöhemmille ruokatavoille ja -tottumuksille. Lapsuuden makumuistot ja ruokailutottumukset rakennetaan suurelta osalta kotona, mutta koululla, ravintolakäynneillä ja muilla ruokailutilanteilla on myös merkittävä vaikutus. Lapsen

ruokakäyttäytymiseen vaikuttavat keskeisesti yhteisön tieto ja kokemukset, lapsen omat kokemukset ja lajin kehityshistoria. (Mäkelä, Palojoki & Sillanpää 2003, 75.)

Kaikki kokevat palvelun eri tavoin. Oli kyseessä sitten eläkeläinen, aikuinen tai lapsi, kaikille palvelukokemus on hyvin erilainen ja yksilöllinen. Siihen, miksi palvelukokemus koetaan eri tavoin, vaikuttavat ihmisten odotukset, jotka heillä on palvelun suhteen, sekä omat aikaisemmat kokemukset. Erittäin tärkeää onkin vähintään vastata etukäteisodotuksiin tai mieluummin ylittää ne. (Hemmi ym. 2008, 48.) Asiakkaita kohdellaan palvelualalla myös hyvin eri tavoin riippuen tilanteesta ja siitä, miten asiakaspalvelija kokee tilanteen saavan parhaan mahdollisen tuloksen. Varsinkin vaikeissa asiakastilanteissa olen huomannut, että täytyy luottaa omaan ammattitaitoon ja ihmistuntemukseen. Asiakaspalvelija ei saa kuitenkaan liikaa tuoda esille eroavaisuuksia, vaan kaikkia pitäisi kohdella tasavertaisesti.

Lapsiperhe on perhe, joka koostuu vähintään yhdestä kotona asuvasta alle 18-vuotiaasta lapsesta ja huoltajasta tai huoltajista. Suomessa oli 2013 vuoden lopussa yhteensä 576 000 lapsiperhettä. Lapsiperheisiin kuuluu Suomessa 40 % väestöstä, mikä kertoo, että lapsiperheet ovat suuri asiakasryhmä ravintoloille. Tämän vuoksi on tärkeää huomioida tulevaisuuden kuluttajat ja asiakkaat, lapset. (Tilastokeskus 2014.)

Lapset eivät välttämättä ajattele palvelua, vaan kohdistavat energiansa ja tarpeensa, sekä kiinnittävät huomionsa vain tuotteeseen. Lasten kasvaessa he alkavat huomata, miten olennaisesti palvelu kuuluu osaksi ravintolassa käyntiä, ja tämän vuoksi hyvä palvelu ravintolassa voi olla se syy, miksi ravintola valitaan uudestaan ja uudestaan ruokailupaikaksi. Ravintoloissa ja kahviloissa lapset ovat tärkeä ja vaativa asiakasryhmä. Likainen syöttötuoli tai rikkiäiset lelut eivät houkuta lapsia eivätkä heidän vanhempiaan. Kun halutaan lapsiperheitä asiakkaiksi, siisteys, nopea palvelu ja lapset huomioon ottava ympäristö ovat merkittäviä valttikortteja. (Hemmi ym. 2008, 40.)

Lapset ja lapsiperheet ovat melko uusi ilmiö ravintolamaailmassa, vaikkakin kasvava sellainen. Lapsiystävällisyyteen pyritään panostamaan enemmän, koska lapsiasiakkaat ovat tulevaisuuden asiakkaita. Lapset, jotka käyvät tietyssä ravintolassa paljon pienenä, tulevat luultavasti käyttämään samaa palvelun tarjoajaa vielä aikuisenakin. Englantilainen nettisivusto ”Childfriendly” teetti kyselyn, jossa se selvitti, mikä tekee ravintolasta lapsiystävällisen. Kyselyn mukaan tärkeimmäksi asiaksi nousi hyvä ja monipuolinen lasten ruokalista, joka sisältää myös terveellisiä vaihtoehtoja. Hyvin tärkeäksi nousi myös ystävällinen ja auttavainen henkilökunta, joka tulee toimeen lasten kanssa sekä tarjoaa lapsille tekemistä ja mukavuutta tuovia asioita ravintolassa, kuten värityökirjan, erillisen leikkimurteen ja syöttötuolit. Listan lopussa vähemmän tärkeänä pidettiin rintaruokintamahdollisuutta ja sitä, että lasten ruuat tuotaisiin nopeammin ennen aikuisten ruokia. (Childfriendly 2014.)

Nykyään hyvissä perheravintoloissa lapset saavat usein yksilöllistä palvelua ja lasten ruokalistailta löytyy vaihtelevuutta nauravista nakeista terveelliseen lohionnukseen. Usein panostetaan enemmän lapsiasiakkaisiin, koska he useimmiten pääsevät vaikuttamaan siihen minne koko perhe menee syömään. Tämän vuoksi lapsiperheisiin suhtaudutaan usein positiivisesti ja pyritään tuottamaan heille mahdollisimman mukava ravintolakokemus. Joskus ravintolat saattavat pelätä myös lasten äänekkästä käyttäytymistä ja heidän nopeita liikkeitään ravintolassa. Tämä on myös yksi syy, miksi ravintolan kannattaa panostaa ravintolan mukavuuteen ja mielenkiintoon lapsille, jotta nämä häiriötekijät minimoitaisiin ja saataisiin kaikille asiakkaille mieluisa ravintolakokemus. (Lehtinen 2011.)

4 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS JA MENETELMÄT

Tässä luvussa kerron, mitkä opinnäytetyön tutkimuskysymykset ovat ja minkä lähestymistavan olen valinnut opinnäytetyölleni. Kerron myös mitä aineistonkeruumenetelmiä tulen käyttämään ja miten niiden käyttäminen onnistui.

4.1 Tapaustutkimus

Opinnäytetyöni tavoitteena on selvittää, mitkä ovat viihtyvyyteen vaikuttavia tekijöitä lapsiperheille ravintolassa ja miten heidän ravintolakokemustaan pystyttäisiin parantamaan Ristorante Momentossa Lahdessa.

Tutkimuskysymyksinä työssäni ovat:

1. Mitkä ovat viihtyvyyteen vaikuttavia tekijöitä lapsiperheille ravintolassa?
2. Miten lapsiperheiden ravintolakokemusta pystyttäisiin parantamaan Ristorante Momentossa Lahdessa.

Opinnäytetyöni on tapaustutkimus, joka soveltuu hyvin juuri kehittämistyön lähestymistavaksi, kun tehtävänä on tuottaa kehittämisehdotuksia.

Tutkimuksen kohde eli tapaus voi olla yritys tai sen osa, yrityksen tuote, palvelu, toiminta tai prosessi. Tapaustutkimus tuottaa tietoa nykyajassa tapahtuvasta ilmiöstä sen todellisessa tilanteessa ja toimintaympäristössä.

Tapaustutkimus vastaa usein kysymyksiin ”miten?” ja ”miksi?”.

Kehittämistyössä tarkoituksena on tuottaa uutta tietoa kehittämisen tueksi.

(Ojasalo ym. 2014, 52–53.) Työssäni tarkoitus onkin saada

kehitysehdotukseen vastausten perusteella käyttökelpoisia kehitysideoita siitä, miten lapsiperheitä pystyttäisiin huomiomaan Ristorante Momentossa entistä paremmin.

Tapaustutkimus soveltuu kehittämistyön lähestymistavaksi, kun halutaan syvällisesti ymmärtää kehittämisen kohdetta. Tapaustutkimuksessa

tutkimuksen kohteita on vähän ja usein vain yksi. Se voi olla yksilö, ihmisryhmä, organisaatio, tapahtuma, toiminto, prosessi tai alue.

Tapaustutkimuksessa lähdetään yleensä liikkeelle analysoitavasta tai tutkittavasta tapauksesta, ei pelkästään yleisistä teorioista. Tutkimusta tekevällä on usein ilmiöstä jonkinlaista aiempaa tietoa, mikä mahdollistaa alustavan kehittämistehtävän määrittelyn. (Ojasalo ym. 2014, 53–54.)

Työssäni tutkimuksen kohteita on vain yksi ryhmä, lapsiperheet. Minulla on myös aiempaa tietoa tutkittavasta tapauksesta, koska työskentelen kyseisessä yrityksessä, jossa lapsiperheet ovat pääasiakasryhmäämme.

Tapaustutkimuksen tyypillinen piirre on, että monenlaisia menetelmiä käyttäen saadaan syvälinen, monipuolinen ja kokonaisvaltainen kuva tutkittavasta tapauksesta. Tapaustutkimus on mahdollista tehdä niin määrällisin kuin laadullisinkin menetelmin tai niitä yhdistelemällä. (Ojasalo ym. 2014, 55.) Työssäni käytin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää kyselyn kohdalla ja kvalitatiivista näkökulmaa haastattelujen avulla.

Työssäni pyrin löytämään jotain uutta ja paljastamaan tosiasioita. Pyrin selvittämään, miten lapsiperheet haluaisivat, että heidän palveluaan parannettaisiin tai mitä he ylipäättään hakevat ravintolakokemuksiltaan.

Työssäni teoretieto on vienyt tapaustutkimustani eteenpäin ja olen pystynyt helpommin valitsemaan oikeat tiedonhankintakeinot työhöni. Olen kartoittanut, missä kohderyhmäni liikkuu ja tällöin pystyn helpommin löytämään tutkittavan ryhmän.

4.2 Aineistonkeruun suunnittelu

Aineistoni koostuu kyselystä ja asiantuntijahaastatteluista. Haastattelujen ja kyselyn tavoitteena on saada tietoa siitä, mitkä asiat vaikuttavat lapsiperheiden viihtymiseen ravintolassa. Tavoitteena on saada selville, millaisena he kokevat nykyisen heille suunnatun palvelun, sekä voisiko siinä olla jotain parantamisen varaa. Kyselyn ja haastattelujen tarkoitus on syventää ja antaa tukea teoretiedolle.

Kyselytutkimuksen avulla pyritään keräämään laaja tutkimusaineisto, koska tutkimuksen avulla voidaan saada paljon vastaajia ja voidaan kysyä

monia eri asioita. Kyselymenetelmä on tehokas ja aikaa säästävä. Jos kyselylomake on huolellisesti suunniteltu, aineisto käsitellään nopeasti tallennettuun muotoon ja analysoida tietokoneen avulla. Myös aikataulu ja kustannukset pystytään arvioimaan tarkasti. Kyselyn voi toteuttaa joko, posti-, verkko- tai kontrolloituna kyselynä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 195–196.) Monivalintakysymykset taas sallivat vastaajien vastata samaan kysymykseen niin, että vastauksia pystytään mielekkäästi vertailemaan, sekä se tuottaa vähemmän kirjavia, tulkinnan varaisia vastauksia. Tämän vuoksi vastaaminen on helpompaa ja tällöin kysely tuottaa vastauksia, joita on helpompi käsitellä ja analysoida tietokoneella. (Hirsjärvi ym. 2010, 196–201.)

Teettämässäni kyselyssä suurin osa kysymyksistä on monivalintakysymyksiä. Päätin tehdä verkkokyselyn, jolloin tavoitan lapsiperheen parhaiten ja saan suuremman otoksen vastaajia. Internetissä ihmisten on helpompi lähestyä kyselyä kuin kasvotusten, sekä ihmiset vastaavat rehellisemmin kuin paikan päällä mahdollisen painostuksen tunteen alaisena. Tämä on mielekkäämpi ja nopeampi tapa ihmisten vastata kyselyyn ja uskon saavani näin enemmän vastauksia. Tavoitteeni on saada kyselyn avulla noin 100 vastausta, jotta tulokset olisivat mahdollisimman luotettavat. Sijoitan kyselyni vauva.fi-sivustolle ja johonkin Lahden Facebook-ryhmiin, joita vanhemmat usein katsovat. Uskon tavoittavani tätä kautta kyselyni kohderyhmän parhaiten. Pyrin saamaan kyselyn jaettua maaliskuun aikana, jotta pääsen purkamaan tuloksia heti huhtikuun alussa.

Usein tapaustutkimus liitetään laadulliseen tutkimukseen ja menetelmiin, mutta on myös mahdollista hyödyntää määrällisiä menetelmiä.

Tapaustutkimukseen soveltuu hyvin erilaiset haastattelut, joita voidaan soveltaa monin eri tavoin. (Ojasalo ym. 2014, 55.) Kvalitatiivisen aineiston keruussa tutkija alkaa kerätä aineistoa päättämättä etukäteen, miten montaa tapausta hän tutkii. Tutkija voi aloittaa esimerkiksi haastattelut ja jatkaa niitä niin kauan kuin haastattelut tuottavat tulosta. (Hirsjärvi ym. 2010, 182.)

Opinnäytetyössäni teen myös asiantuntijahaastatteluja erilaisten ihmisten ja toimijoiden kanssa, jotka toimivat paljon lapsiperheiden parissa. Haastattelujen avulla syvennän kyselystä saamiani vastuksia ja näin ollen saamaan syvemmin selville, mitä lapsiperheet hakevat ravintolakokemukseltaan. Pysin haastattelemaan avoimesti ja niin, että haastateltavat vastaisivat samalla kysymyksiin, joita en olisi osannut välttämättä itse edes kysyä. Tavoitteena on haastatella Lahden Rosso -ravintolan ravintolapäällikköä ja ABC Renkomäen liikennemyymälän ravintolapäällikköä. Ajoittan haastattelut huhtikuun alkuun, jonka jälkeen pystyn vertaamaan niitä kyselytutkimusten vastauksiin ja täydentämään niitä.

4.3 Verkkokysely ja asiantuntijahaastattelu

Käytän sosiaalista mediaa kyselyni toteuttamiseen ja sen jakamiseen. Tein kyselyni Webropol-ohjelmaa käyttäen. Luonnostelin kyselyn ensin papeille, josta siirsin sen Webropol-ohjelmaan. Ohjelman käyttäminen oli melko helppoa ja kyselyn rakentaminen sujui vaivattomasti. Ohjelmassa oli mahdollista rakentaa itse oman näköinen kyselypohja, johon pystyi lisäämään erilaisia ja erityyppisiä kysymyksiä. Pysin rakentamaan kyselyni niin, että se olisi lyhyt ja vaivaton, jotta ihmisten olisi helppo vastata siihen. Tästä syystä päädyin rakentamaan kyselyni pääasiallisesti monivalintakysymyksistä. Loin kyselyyn myös muutaman avoimen kysymyksen, jotta saisin vastaajien omaa ääntä kuuluviin paremmin. Kyselyssä on yhteensä 10 kysymystä. Kysely rakentuu vastaajan taustatiedoista, yleisesti lapsiystävällisistä ravintoloista ja Ristorante Momenton lapsiystävällisyydestä.

Aluksi testasin kyselyni opinnäytetyön ohjaajallani, joka huomautti kysymyksieni laajuudesta ja ymmärrettävyydestä. Tämän jälkeen korjasin virheet, tarkensin kysymyksiäni ja lähetin kyselyn vielä kerran ohjaajalleni ja kaverilleni testattavaksi. Tämän lisäksi testasin kyselyni kahdella henkilöllä ennen varsinaista testin lähettämistä kohderyhmälle. Tällä tavalla pyrin saamaan kyselyni tulokset mahdollisimman luotettaviksi.

Kun olin testannut kyselyni ja sain viimeiset kehitysehdotukset, olin valmis muokkaamaan kyselyni lopulliseen oikeaan muotoonsa. Kun olin saanut kyselyn muokattua oikeaan muotoonsa, se oli valmis jaettavaksi vauva.fi-sivustolle. Jaoin kyselyni myös Facebookissa sijaitsevassa Mannerheimin Lastensuojeluliiton Lahden yhdistys ry ryhmässä ja Lahden Äitylit-ryhmässä. Kirjoitin esittelytekstin kyselylleni ja jäin odottamaan vastauksia.

Nettikyselyn jälkeen halusin lähteä syventämään saamiani vastauksia asiantuntijahaastattelujen avulla. Päätin haastatella Lahden Rosso-ravintolan ravintolapäällikköä ja ABC Renkomäen liikennemyymälän ravintolapäällikköä, koska Hämeenmaalla on mielestäni paljon kokemusta lapsiperheistä asiakkaana ja Hämeenmaan useat ravintolat usein luokittelevatkin itsensä lapsiystävällisiksi.

Haastatteluilla pyrin saamaan syvempiä vastauksia asiantuntijoilta, jotka työskentelevät lapsiperheiden kanssa joka päivä työssään. Haastattelujen avulla pystyn syventämään nettikyselyn vastauksia, mikä auttaa minua saamaan parempia kehitysideoita Ristorante Momentolle. Haastatteluilla pyrin saamaan vastauksia kysymyksiin ”Mikä tekee ravintolasta lapsiystävällisen?”, ”Miten te huomioitte erityisesti lapsiperheitä?”, ”Miksi nykypäivänä on tärkeää huomioida paremmin lapsiperheitä?” ja ”Mikä on suurin valtti lapsiystävällisellä ravintolalla?”

4.4 Tutkimuksen toteutus ja tulosten purku

Toteutin ensin nettikyselyn (Liite 1), jonka jälkeen lopullisia vastauksia odotellessa lähetin asiantuntijahaastattelut sähköpostitse. Tarkoituksena oli ensin mennä henkilökohtaisesti paikan päälle haastattelemaan asiantuntijoita, mutta vastaajien kiireitten ja oman aikatauluni vuoksi haastattelut päätettiin suorittaa sähköpostitse.

Keräsin vastauksia viikon ajan ja tavoitteeni oli saada 100 vastausta. Julkaisin kyselyni 23. maaliskuuta. Ensimmäisten päivien aikana vastauksia kertyi melko paljon ja nopeasti, koska sosiaaliseen mediaan jakaessa kaikki toiminta riippuu ajoituksesta ja ratkaisevat hetket

tapahtuvat ensimmäisien päivien aikana. Muistutin vastaajia julkaisuissani 26. maaliskuuta, jolloin vastaajamäärä taas nousi hieman. Suljin kyselyn (Liite 1) 31. maaliskuuta puolen yön aikaan. Sain yhteensä 94 vastausta viikossa. Jäin hieman alle tavoitteeni, mutta aikataulun kiireydestä johtuen päätin lopettaa kyselyn yhteen viikkoon. Kyselyni (Liite 1) sai positiivista palautetta ja osa vastaajista jopa jakoi kyselyä eteenpäin, mikä saattoi vaikuttaa siihen kuinka nopeasti sain näinkin paljon vastauksia.

Toteutin asiantuntijahaastatteluni sähköpostitse. Suoritin haastatteluni huhtikuun alussa eli heti, kun olin sulkenut kyselyni netissä. Haastatteluilla pyrin saamaan vastauksia, jotka olisivat syventäneet nettikyselyllä saamiani tuloksia. Lähetin kyselyni Sami Kovalle, ABC-ketjujohtajalle, ABC Renkomäkeen ja Minna Kainulaiselle, Hämeenmaan ryhmäpäällikölle, joka edustaa Lahden ravintola Rossoa.

Käsittelin ja purin kyselystä saadut vastaukset (Liite 2) suoraan Webropol-ohjelmalla, sekä Excel-taulukointia käyttämällä ryhmittelemällä avoimia kysymyksiä. Webropol-ohjelma näytti vastausprosentit ja luvut suoraan, minkä vuoksi niitä pystyi helposti vertailemaan keskenään. Avoimet kysymykset purin Excel-taulukoihin, joiden avulla pystyin hahmottamaan, mitä vastauksia oli tullut eniten ja mitkä olivat tärkeimpiä ongelma- ja kehittämiskohtia. Tällä tavalla pystyin myös karsimaan tiedot, jotka eivät olleet oleellisia tutkimukseni kannalta.

Haastattelut kävin läpi lukemalla ja vertaamalla vastauksia kyselyn tuloksiin. Hyödynsin tärkeimmät kommentit, jotka syvensivät ja täsmensivät kyselystä saamaani tietoa. Haastatteluja en alkanut syvemmin purkamaan, koska niiden tarkoituksena oli ainoastaan syventää ja vahvistaa kyselystä saamaa tietoa esittämällä samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia.

5 LAPSIPERHEIDEN VIIHTYVYYS RISTORANTE MOMENTOSA

Tässä luvussa tulen kertomaan kyselystä saadut tulokset (Liite 2), analysoin tulokset ja syvennän kyselystä saamiani tuloksia asiantuntijahaastatteluilla saamista vastauksista. Kyselyyn (Liite 1) vastasi yhteensä 94 henkilöä, joista 60 vastaajaa oli aiemmin ruokaillut Ristorante Momentossa. Luvussa käydään läpi lapsiperheiden ravintolakokemuksia palvelusta, lapsiperheiden viihtyvyyteen vaikuttavia tekijöitä ja ruokailan merkitystä lapsiperheille. Kappaleessa kerrotaan myös kehittämisehdotuksia Ristorante Momentolle sekä pohditaan tulosten luotettavuutta ja mahdollisia jatkotutkimusmahdollisuuksia.

5.1 Vastaajien taustatiedot

Ristorante Momento sijaitsee Lahden Karisman kauppakeskuksessa, toisessa kerroksessa heti ulko-ovien vieressä. Kortelainen (2005) kertoo kauppakeskusten olevan turvallisia vetäytymispaikkoja ihmisille, jotka kaipaavat tietynlaista omaa rauhaa. Kauppakeskusten tarkoitus on antaa ihmisille mahdollisuus nautiskella olostaan muiden ihmisten, tuotteiden ja tapahtumien keskellä. Vain imettävä äiti voi tietää, miten turvalliselta ja hyvältä tuntuu vetäytyä meluisilta, levottomilta kaduilta kauppakeskukseen, jonka lastenhoituhuoneessa on oma tila imettämistä varten.

Kyselyssä selvitettiin ensin vastaajista taustatietoa, kuten ikää, siviilisäätystä ja lasten määrää. Vastaajilta kysyttiin myös, onko heillä aikaisempaa kokemusta Ristorante Momentosta. Eniten vastauksia, jopa 44 kpl (46,8 %) saatiin 30–40 -vuotiailta vastaajilta (Taulukko 2). Suurimman osan vastaajien 44 (46,8 %) perheessä oli vain 1 lapsi ja toiseksi eniten vastaajilla oli perheessään 35 (37,2 %) kaksi lasta (Taulukko 3). Tämä kertoo sen, että juuri 30–40 -vuotiaat ovat pienten lasten vanhempia. Kaikista vastaajista 60 (68,8 %) oli ruokaillut Ristorante Momentossa aikaisemmin.

TAULUKKO 2. Vastaajien ikä N=94 kpl

	N	%
18–20	4	4,3
20–25	12	12,8
25–30	21	22,3
30–40	44	46,8
40+	13	13,8

TAULUKKO 3. Perheessä on lapsia N=94 kpl

	N	%
0	1	1,1
1	44	46,8
2	35	37,2
3	9	9,6
4	5	5,3
5	0	0
6+	0	0

5.2 Lapsiperheiden ravintolakokemukset palvelusta

Kyselyn alussa selvitettiin yleisesti lapsiperheiden nykyistä viihtyvyyttä ruokaravintoloissa. Kyselyssä selvisi positiivisesti, että suurin osa eli 79 (84 %) vastaajista koki lapsiperheiden olevan nykyään tervetulleita ravintoloihin.

Tästä huomaa, kuinka ravintolakehityksessä on menty eteenpäin. Kuten Mäkelä ym. (2003) sanovat, naisten ravintolakäynnit tulivat sosiaalisesti hyväksytyksi vasta 70-luvulla ja tämänkin jälkeen vain harvat suomalaiset lapsiperheet käyttivät ravintolapalveluita. Tuloksesta huomaa myös sen, mitä Lehtinen (2011) toteaa, että lapsiasiakkaisiin panostetaan usein enemmän ja lapsiperheisiin suhtaudutaan positiivisesti ja pyritään tuottamaan heille mahdollisimman mukava ravintolakokemus. Tuloksesta huomaa sen, että lapsiperheet ovat koko ajan kasvava asiakasryhmä ja

heidän ravintolassa ruokailu tulee yleistymään tulevaisuudessa entisestään.

Kyselyssä tarkasteltiin vielä tarkemmin (Taulukko 5), millaiset asiat vaikuttavat lapsiperheiden viihtyvyyteen Ristorante Momentossa ja miten vastaajat kokivat kyseiset asiat. Vastauksista erottui selkeästi palvelun ystävällisyys ja nopeus hyväksi tai erittäin hyväksi. Melkein puolet vastaajista koki palvelun ystävällisyyden 45 (47,9 %) ja nopeuden 40 (42,6 %) hyväksi. Vain muutama vastaaja koki nämä asiat huonoksi.

Kysymystaulukko on jaettu viiteen eri vastausvaihtoehtoon: erittäin huono, huono, hyvä, erittäin hyvä sekä ei kokemusta. Vastausvaihtoehdot on numeroitu yhdestä neljään siten, että erittäin huono on yksi ja erittäin hyvä on neljä.

TAULUKKO 5. Viihtyvyyteen vaikuttavat asiat N= 94 kpl

	Erittäin huono	Huono	Hyvä	Erittäin hyvä	Ei kokemusta	Keskiarvo
Palvelun ystävällisyys?	0	3	45	13	33	3,81
Palvelun nopeus?	0	4	40	17	33	3,84
Lapsiin kiinnitetty huomio ja palvelu?	1	17	37	2	37	3,61
Lapsille tarkoitetut oheistuotteet?	2	32	15	0	45	3,57
Lastenkattaus (lapsille tarkoitetut aterimet, lautaset, lasit yms.)	4	20	23	2	45	3,68
Ravintolan sisustus?	1	13	46	1	33	3,55
Ravintolan viihtyvyys?	0	11	48	2	33	3,61
Yhteensä	8	100	254	37	259	3,67

Kuten Hemmi ym.(2008, 50–53) toteaa, halu palvella ihmisiä on kaiken onnistumisen edellytys. Hyvä asiakaspalvelija on aina läsnä ja valmis palvelemaan asiakkaita kaikissa tilanteissa.

Suurin osa vastaajista eli 37 (39,4 %) oli sitä mieltä, että lapsiin kiinnitetty huomio ja palvelu on hyvää, vaikka vastaajista 17 (18,1 %) oli myös sitä mieltä, että siinä oli puutteita eli sitä olisi mahdollista vielä parantaa. Kyselyn viimeiseksi kysymykseksi olin laittanut avoimen kysymyksen, jolla tahdoin selvittää, mitkä ovat vastaajille tärkeitä asioita, jotka tekevät ravintolasta lapsiystävällisen. Eniten vastauksia tuli palvelun laadusta ja lapsien huomioimisesta ravintolassa, mikä vahvistaa kyselytaulukosta saamiani vastauksia. Vastaajista useat kaipasivat lasten huomioimista hymyllä, ystävällisyydellä ja lapsille suoraan puhuttelulla. Vastaajien mielestä tärkeää ravintolassa olisi, että asiakaspalvelijat eivät valittaisi melusta tai sotkusta vaan suhtautuisivat myönteisesti lasten vilkkauteen.

Kyselyn vastauksista huomaa saman minkä myös Ranta (2012) toteaa, että lapsiperheet ovat vaativia asiakkaita. Lapsiperheet odottavat ystävällisyyttä, edullisuutta, toimivuutta ja nopeutta. He myös arvostavat, että lapsia kohdellaan tasaveroisinasi asiakkaina ja että lasten vilkasta käyttäytymistä myös suvaitaan ja ymmärretään. Huhtala (2015) toteaaakin, että asiakaspalvelutilanteeseen tulisi suhtautua palapelinä, jossa pala palalta tarkennetaan asiakkaan mieltymykset. Kaikki eivät kokemukseni perusteella reagoi samaan palveluun samalla tavalla, jotkut vaativat selkeästi palvelulta enemmän kuin toiset.

ABC:n ketjujohtaja Kovanen (2015) painotti haastattelussaan, että asiakkaiden tulisi kokea itsensä tervetulleiksi omana itsenään. Asiakkaiden ei tarvitse miettiä ovatko he tai heidän lapsensa häiriöksi kenellekään tai ovatko he väärin pukeutuneita. Tämä tulee vahvasti esiin myös tuloksissa ja yhtenä tärkeänä asiana vastaajien keskuudessa.

Kyselytaulukon (Taulukko 5) viimeisissä kysymyksissä olin tiedustellut vielä ravintolan sisustuksesta ja sen viihtyvyydestä yleisesti. Ilokseni huomasin, että suurin osa vastaajista piti ravintolan sisustusta ja

viihtyvyyttä hyvänä. Jopa 46 (48,9 %) vastaajaa piti sisustusta hyvänä ja 48 (51,1 %) piti ravintolan yleistä viihtyvyyttä hyvänä.

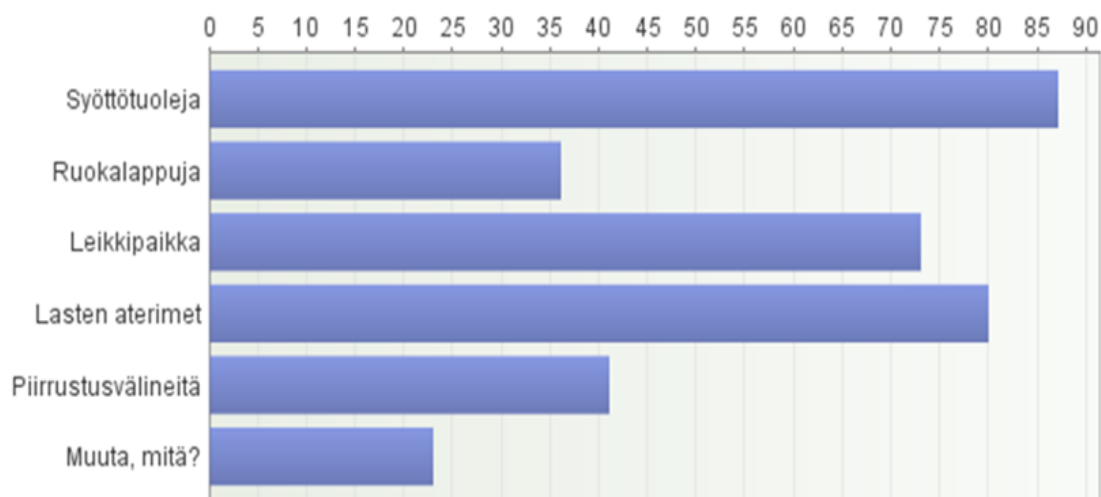
Halusin tietää vastaukset tähän, koska viihtyvyys ja ravintolan ympäristö ovat hyvin tärkeitä tekijöitä ravintolan valintaan, mikä tulee myös vastauksissa esille. Kuten Rissanen (2006) viitekehyksessä toteaa, palveluympäristö on paikka, jossa palveluprosessi tapahtuu. Se on palveluntarjoajan suunnittelema ja valvottu tila, jossa asiakas kohdataan. Kaikki mitä tilassa tapahtuu vaikuttaa asiakkaan olotilaan ja käyttäytymiseen. Viitekehyksessä kerrotaan, kuinka Grönroos (2010) jakaa palveluympäristön kahteen eri ympäristöulottuvuuteen, ulkoiseen ja sisäiseen ulottuvuuteen. Sisäinen palveluympäristö sisältää palvelupaikan visuaalisen ilmeen, pohjapiirustuksen, laitteet, ilman laadun ja lämpötilan. Kyselyssä tiedusteltu kohta, ravintolan sisustus, kuuluu sisäiseen palveluympäristöön. Ulkoiseen palveluympäristöön kuuluu taas paikan sijainti, maisema, opasteet, kyltit, väylät ja pysäköinti, jotka täydentävät koko ravintolan viihtyvyyden.

Palveluun ja yleiseen viihtyvyyteen liittyvistä tuloksista selvisi, että Ristorante Momentolla on nämä hallussa, mutta aina pystytään parantamaan entisestään ja tuomaan jotain uutta palveluun.

5.3 Lapsiperheen viihtyvyyteen vaikuttavat tekijät ravintolassa

Englantilaisen nettisivuston (Childfriendly 2014) teettämässä kyselyssä, hyvin tärkeäksi nousi ystävällinen ja auttavainen henkilökunta, joka tulee toimeen lasten kanssa. Tämän lisäksi tärkeää on, että lapsille on jotain tekemistä ja mukavuutta tuovia asioita ravintolassa, kuten värityskirja, erillinen leikkinurkka ja syöttötuolit.

Teettämässäni kyselyssä vastaajilta kysyttiin, mitä lapsiystävällisestä ravintolasta tulisi löytyä. Vastausvaihtoehdoista nousi selkeästi esiin kolme vastaajille kaikista tärkeintä asiaa. Kaikista tärkeimpänä pidettiin (Kuvio 1) syöttötuoleja 87 (92,6 %), toiseksi tärkeimpänä lasten aterimia 80 (85,1 %) ja kolmanneksi 73 (77,7 %) leikkipaikka nähtiin tärkeänä.



KUVIO 1. Lapsiystävällisestä ravintolasta tulisi löytyä N= 94kpl

Kainulainen (2015) ja Kovanen (2015) olivat samaa mieltä lapsiystävällisestä ravintolasta ja korostivat vielä, että lapsiystävälliseen ravintolaan tulisi olla helppo tulla ja asioida, sekä ravintolan liikeideaan sopivaa lasten aktiviteettia olisi hyvä olla.

Yli puolet vastaajista 49 (52,1 %) oli sitä mieltä, että Ristorante Momento on lapsiystävällinen ravintola jo ennestään. Vain 10 (10,6 %) vastaajista ei kokenut Ristorante Momentoa lapsiystävälliseksi.

Lapsille tarkoitetut oheistuotteet nousivat tärkeimmiksi asioiksi ravintolassa ja vastaajat kokivat, että niihin on kiinnitetty vähiten huomiota Ristorante Momentossa. Suurin osa vastaajista 32 (34 %) piti lapsille tarkoitettuja oheistuotteita huonona tai jopa erittäin huonona 2 (2,1 %), eli joko nykyiset oheistuotteet ovat huonoja, tai niitä ei yksinkertaisesti ole tarpeeksi. Oheistuotteisiin kuuluu lasten ruokailua helpottavat esineet ja tavarat. Syöttötuolien ja lasten aterimien lisäksi vastaajat listasivat tärkeäksi vanhempien lasten huomioimisen esimerkiksi juniorituolilla. Lastenkattaus, eli lapsille tarkoitetut aterimet, lasit ja lautaset, jakoivat vastaajien äänet melko tasan. 25 (26,6 %) vastaajaa oli sitä mieltä, että Ristorante Momentolla on hyvä tai erittäin hyvä lastenkattaus, kun taas 24 (25,6 %) vastaajaa piti lastenkattausta huonona tai erittäin huonona. Lopuilla vastaajilla 45 (47,9 %) ei ollut kokemusta lastenkattauksesta laisinkaan.

Tuloksesta käy ilmi, kuinka toiset asiakkaat vaativat enemmän ja selkeämmin lastenkattausta, kun toiset tyytyvät vähempään.

Leikkipaikkaa pidettiin heti oheistuotteiden jälkeen tärkeimpänä tekijänä lapsiystävällisessä ravintolassa. Osa vastaajista tarkensi, että leikkipaikasta tulisi löytyä dvd-nurkkaus, pelejä, puhtaita leluja ja että leikkipaikka tulisi olla aidattu. Suurin syy, miksi Ristorante Momentoa ei koettu lapsiystävälliseksi, on juuri leikkipaikan pienuus. Leikkipaikka on vastaajien mielestä liian pieni ja yksitoikkoinen. Toiseksi eniten vastauksia tuli leikkipaikasta, sen siisteydestä ja välineistä. Leikkipaikka tulisi olla nykyaikainen ja huolehditun näköinen, ei rikkiäisiä leluja ja kuluneita vanhoja tavaroita.

Hemmi ym. (2008) toteavatkin, että likainen syöttötuoli tai rikkiäiset lelut eivät houkuta lapsia eivätkä heidän vanhempia. Tästä syystä oheistuotteet ja leikkipaikka ovat lapsiystävällisessä ravintolassa kaikista näkyvimpiä ja tärkeimpiä asioita pitää kunnossa.

Vastaajat kokivat myös lastenhoituhuoneen ja saniteettitilat yhdeksi merkittäväksi tekijäksi lapsiystävällisessä ravintolassa. Tuloksista selvisi, että ravintolan saniteettitiloista tulisi löytyä potta, hoitopöytä, kosteuspyyhkeitä, vaipparoskis, varavaippoja ja siisti käsienpesupaikka. Tärkeäksi mainittiin myös mahdollinen imetystila. Tilojen tulisi olla siistit ja tilavat sekä sisältää tarpeelliset varustukset.

Yhden vastaajan kommentti nousi esiin, jossa vastaaja kertoo, että vaikka ravintola kuinka panostaisi tarjontaansa, se ei silti välttämättä riitä. ”Enemmän ongelmia aiheuttaakin lasten käytöksestä välinpitämättömät vanhemmat, kuin ravintolan varustus.”

Vastauksista huomaa sen, mitä Ranta (2012) toteaa, että suomalaisten kasvatus näyttäisi olevan melko vapaata. Tämän vuoksi lasten ravintolakäyttäytyminen on hyvin vaikeaa kontrolloida, jos kasvatusta ei ole kotona hoidettu oikein. Mäkelä ym.(2003) uskoo, ettei usein ongelmana olekaan lapsi vaan aikuinen, joka ei osaa arvostaa lasta ravintola-asiakkaana.

Keskeisin asia, miksi lapsiperheet menevät johonkin ravintolaan ruokailemaan onkin juuri sen helppous ja arkisuus. Kainulainen (2015) kertoo hänen työpaikallaan tärkeintä olevan se, että lapsiperheet tuntevat itsensä tervetulleiksi. Hänen mielestään toki tilojen pitää olla sopivat ja esimerkiksi lastenhoituhuoneeseen on panostettu enemmän. Henkilökunta on tarkoitettu kaikkia asiakkaita varten, sekä aikuisia että lapsia. Myös Kovanen (2015) yhtyy Kainulaisen kommentteihin ja täydentää vielä kertomalla, että ravintolakäyttäytyminen arkipäiväistyy koko ajan. Tämän vuoksi onkin tärkeää, että ravintolaan on helppo tulla ja kaikki tarvittavat tuotteet ja välineet löytyvät, jotka helpottavat lapsien kanssa ruokailemista.

5.4 Ruokalistan merkitys

Toinen paljon vastauksia saanut asia oli lasten ruokalista ja sen nykyinen epäterveellisyys. Tarkoitukseni opinnäytetyössä oli olla puuttumatta ruokalistaan, mutta iso osa vastaajista antoi kommentteja avoimissa kysymyksissä myös sen vaikuttavuudesta lapsiystävällisyyteen.

Vastaajien mielestä lapsille on tarjolla vain nakkeja ja ranskalaisia. Lisäksi vastaajat kokivat lasten annokset liian isoiksi lapsille. Ruokalistalta vastaajien mielestä puuttuu myös perunamuusi, jota kaivattiin listalle. Lastenruokalista koostuukin suurilta osin nakeista, ranskalaista ja pizzasta, mutta listalta löytyy myös terveellisempi vaihtoehto kuten lohiansos. Vastaajien mukaan perunamuusia ei ole ravintolasta saatavilla. Perunamuusi on kuitenkin lisukevaihtoehtona ravintolassa. Useat vastaajat olivat myös sitä mieltä, että lapsille pitäisi olla mahdollisuus puolittaa aikuisten annokset, jolloin myös hinta olisi puolet vähemmän.

Lehtinen (2011) vahvistaa vastauksia kertomalla, että nykyään hyvissä perheravintoloissa lapset saavat usein yksilöllistä palvelua ja lasten ruokailuista löytyy vaihtelevuutta nauravista nakeista, terveelliseen lohiansokseen. Usein panostetaan enemmän lapsiasiakkaisiin, koska he useimmiten pääsevät vaikuttamaan siihen minne koko perhe menee syömään.

Kovanen (2015) kertoo haastattelussaan, että lapsille tulisi löytyä ravintolasta terveellisempiä vaihtoehtoja, mutta myös tutut ja turvalliset nakkikorit tulisi löytyä listalta. Myös hintojen tulisi olla lapsiystävälliset, jotta isokin perhe pääsee yhdessä syömään. Olen työssäni huomannut, että useat lapset ovat vielä hyvin arkoja kokeilemaan uusia makuja, joten lasten klassikkoannoksia ei voida karsia listalta kokonaan pois.

5.5 Kehittämisehdotukset Ristorante Momentolle

Kehittämisehdotukset lapsiperheiden ravintolakokemuksen parantamiseksi liittyvät lasten leikkipaikkaan, lapsille tarkoitettuihin oheistuotteisiin, lapsiin kiinnitettyyn huomioon ja palveluun sekä saniteettitiloihin. Kokosin kehittämisehdotukset neljään kohtaan (Kuvio 2), joista toimeksiantajani näkee, mihin hänen tulisi kiinnittää huomiota lapsiystävällisyyttä ajatellessa.



KUVIO 2. Kehittämisehdotukset

Ristorante Momentossa on yksi pieni aidattu leikkipaikka (Kuva 1), jossa on yksi televisio, jossa pyörii lastenohjelmia. Leikkipaikka on pehmustettu ja sinne ei saa mennä kengät jalassa, jotta se pysyisi puhtaana.

Vastausten perusteella leikkipaikka on liian pieni ja yksinkertainen.

Leikkipaikan parantamiseksi ehdottaisin, että leikkipaikkaan lisättäisiin muitakin viihdykkeitä, kuin vain televisio. Leikkipaikkaan voisi lisätä erilaisia leluja, puuhakirjoja ja satukirjoja, jotka ovat helposti toteutettavissa. Leikkipaikka tulisi olla myös aina siistin ja huolehditun näköinen. Leikkipaikka on myös melko pieni, joten isommaksi muutokseksi ehdottaisin leikkipaikan laajentamista, jolloin se olisi houkuttelevampi. Kun leikkipaikka on isompi, sinne pääsevät kaiken ikäiset lapset leikkimään ja leikkipaikka voisi tällöin sisältää enemmän tekemistä ja tarvikkeita lasten viihtymistä varten. Leikkipaikan suurentaminen ei kuitenkaan ole toteutettavissa, ellei ravintola muuta leikkipaikan sijaintia ja näin ollen myös koko ravintolan sisustusta ja järjestystä.



KUVA 1. Ristorante Momenton nykyinen leikkipaikka

Tällä hetkellä Ristorante Momentolla on kolme syöttötuolia ja pieni määrä lasten haarukoita sekä kahvilusikoita, joita lapset voivat syömiseensä käyttää. Lapsille ei ole omia lautasia ja mukeja, vaan lapsille annetaan kahvilautanen tai syvän salaattilautanen ja pieni pahvimuki. Kehittämis ehdotuksena ehdottaisin hankkimaan lapsille enemmän syöttötuoleja, hieman vanhemmille lapsille juniorituoleja, enemmän kunnollisia lasten aterimia sekä lapsille tarkoitetut lautaset ja muki. Nämä

olisi helposti toteutettavissa ja näin ravintola saisi panostettua enemmän lapsiperheisiin. Kuten aikaisemmin teoriaosuudessa mainitsin, lapsille tulisi löytyä oikeankokoiset ruokailuvälineet, jotta ruokailu olisi viihtyisämpää koko perheelle. Esimerkiksi juomalasin valinta täytyy miettiä tarkkaan, koska lapselle ei kannata antaa liian isoa tai jalallista lasia, joka todennäköisesti on pienelle ihmiselle liian haasteellinen. Hyvä olisi antaa pienempi matala lasi, muki tai pahvimuki. Lapsille olisi hyvä antaa myös pilli ja mahdollisesti kansi, jotta juominen helpottuisi.

Palvelua pystyy aina parantamaan ja kehittämään. Vaikka tällä hetkellä palvelu ja lapsiin kohdistettu huomio koetaan melko hyväksi, pystytään sitä aina tuomaan paremmin esille. Palvelun parantaminen ja kehittäminen eivät vaadi ravintolalta ylimääräistä rahaa joten tämä on kaikista helpoin tapa ravintolalta osoittaa olevansa lapsiystävällinen. Lapsille tulisi puhua suoraan palvelutilanteessa, koska kuten Mäkelä ym. (2003) kertoo, perheen kanssa ravintolassa käyminen totuttaa lapsen ravintolaruokailuun. Lapsi osaa arvostaa kauniisti katettua pöytää, hyvää seuraa, hyvää palvelua ja maukasta ruokaa. Usein ongelmana ei olekaan lapsi vaan aikuinen, joka ei osaa arvostaa lasta ravintola-asiakkaana.

Viimeisenä kehitysesityksenä on saniteettitilojen uudistaminen tai parantaminen. Saniteettitilojen tulisi olla aina siistit, mutta ne tulisi olla myös varustuksiltaan hyvät. Ravintolalla tulisi olla joko oma lastenhoitohuone, tai saniteettitiloihin tulisi hankkia potta, vaipparoskakori, käsidesiä, kosteuspyyhkeitä sekä tilojen tulisi olla tarpeeksi tilavat. Tilojen tilavuuteen ei kuitenkaan pysty vaikuttamaan tai se on hyvin vaikeasti toteutettavissa, ellei ravintola tee isoa remonttia tätä varten. Lasten tulisi ylettyä pesemään kädet lavuaarissa, joten heille tulisi löytyä erillinen koroke tähän tarkoitukseen.

5.6 Tulosten luotettavuus

Tulokseni olivat mielestäni luotettavia, vaikka analysointia tehdessä huomasin, että kyselylomakkeessa oli ollut mukana myös turhia kysymyksiä, jotka eivät auttaneet minua tuloksissa. Esimerkiksi

taustakysymyksissä kysytyllä siviilisäädylä ei ollut mitään merkitystä. En ollut myös määritellyt tarpeeksi tarkasti joitakin käsitteitä kyselyyn, mikä saattoi vaikuttaa siihen, että vastaajat olivat ymmärtäneet osan kysymyksistä eri tavalla, kuin olin itse niillä tarkoittanut. Esimerkiksi en ollut määritellyt oheistuotteita kyselyssäni, joten vastaajat ovat voineet kuvitella ne ihan miksi tahansa. Vastaajat olivat myös vastanneet aihealueen yli, mutta se on aina avoimissa kysymyksissä vaarana ja otin sen tuloksia purkaessa huomioon.

Vastaajista kaikki noudattivat kyselyn rakennetta ja vastasivat kysymyksiin niin kuin olin tarkoittanutkin. Suurin osa vastaajista keskittyi tiettyyn ikäryhmään, mikä vaikuttaa kyselyn luotettavuuteen. Pidän kuitenkin tuloksiani luotettavina ja pätevinä. Suuremmalla vastaajamäärällä ja paremmin kohdistetulla kyselyllä olisi saanut tuloksista kuitenkin luotettavammat. Työssäni vertasin kyselyn tuloksia asiantuntijoiden tulkintoihin ja näin mielestäni tulosten yleistettävyyttä parani.

5.7 Työn arviointi ja jatkotutkimusmahdollisuudet

Tavoitteenani oli aloittaa opinnäytetyöni tekeminen heti tammikuun alussa ja saada työ valmiiksi toukokuussa. Aikatauluni venyi työkiireiden vuoksi ja pääsin aloittamaan opinnäytetyötäni helmikuun alussa. Kun sain työn aloitettua ja pääsin vauhtiin, päätin tähdätä jo huhtikuun seminaariin.

Työn aloittaminen oli vaikeaa ja motivaatiota oli vaikea löytää. Vasta ensimmäinen tapaaminen opinnäytetyön ohjaajani kanssa sai minut aloittamaan työni. Kun sain työn alkuun, se alkoikin sujua melko nopeasti. Loppujen lopuksi opinnäytetyön tekemiseen minulta kului aikaa noin kolme kuukautta.

Teoriaosuus oli melko helppo kirjoittaa aiheen rajauksen jälkeen. Työn tutkimusosuus oli vaikeampaa ja aikataulussa pysyminen oli haasteellista. Työn lopussa minulle tulikin kiire saada työ valmiiksi ja esityskuntoon. Olen kuitenkin tyytyväinen työhöni ja saamiini tuloksiin. Jos aloittaisin työn nyt uudestaan en muuttaisi mitään teoriaosuudestani, mutta olisin

luultavasti tehnyt kyselyn hieman erilailla ja kohdennettuna toisin. Näin olisin saanut vieläkin tarkempia vastauksia ja analysointi olisi ollut helpompaa. Olisin myös halunnut jakaa kyselyni Lahden Ristorante Momenton Facebook-sivuille, mutta tähän ei ollut mahdollisuutta, koska ainoastaan Helsingin Itäkeskuksen Ristorante Momentolla on sellaiset Facebook-sivut, jonne pystyy jakamaan tietoa. Jos olisin saanut asettaa kyselyni suoraan Ristorante Momenton asiakkaille, olisin luultavasti saanut enemmän vastauksia ja ne olisivat olleet luotettavampia. Haasteena opinnäytetyön aikana oli aikatauluttaa opinnäytetyön tekeminen omien tarjoilijatöiden ohien.

Työni on mielestäni hyvin ajankohtainen ja tärkeä. Olen edelleen sitä mieltä, että lapset ovat tulevaisuuden asiakkaitamme ja tästä syytä mielestäni on tärkeää kehittää heidän hyvinvointiaan. Uskon, että työstäni ja kehitysehdotuksista on hyötyä toimeksiantajalleni ja tämä tulee näkymään myöhemmin asiakastyytyväisyytenä.

Toimeksiantajani kanssa työskentely oli helppoa, koska hän antoi minulle melko vapaat kädet ja halusi itsekkin selvittää, miten pystyisi parantamaan lapsiperheiden viihtyvyyttä. Toimeksiantajani oli tyytyväinen opinnäytetyöaiheeseen ja uskon, että kehitysehdotuksistani tulee olemaan hänelle hyötyä. Kerroin kuitenkin, ettei kehitysehdotukseni velvoita häntä tekemään mitään, jollei hän itse niin halua.

Opinnäytetyön tekeminen opetti minulle paljon uutta työpaikastani ja itse alasta sekä siitä, kuinka pienetkin asiat vaikuttavat yrityksen imagoon. Opin myös paremmin aikatauluttamaan töitäni ja stressin sietokyky kasvoi entisestään. Vaikka usein tuntui epätoivoiselta, huomasin itsestäni, että tuotan parempaa tekstiä, kun olen pienen paineen alaisena.

Opinnäytetyöaiheeni syntyi, kun keskustelin työkavereideni ja toimeksiantajani kanssa tärkeistä asiakasryhmistä. Toimeksiantajani kertoi hänen kokemuksestaan alalla ja miten hänen ravintoloihinsa on syntynyt pisimmät asiakassuhteet. Tämä kuulosti mielenkiintoiselta, joten halusin kohdentaa näkökulmani lapsiperheisiin ravintolassa. Työtä tehdessä koin

paljon ylä- ja alamäkiä ja tunteet heittelivät laidasta laitaan. En ollut tottunut tekemään mitään tällaista paljon aikaa vaativaa, pitkäjänteistä ja haastavaa työtä, jonka vuoksi kärsivällisyyttäni ja ammattitaitoani testattiin. Uskon kuitenkin, että työstä on apua minulle tulevaisuudessa, koska opin paljon kehittämisestä ja pienten asioiden merkityksestä. Uskon myös, että lapsiperheet ovat koko ajan kasvava asiakasryhmä tulevaisuudessa ja heidän mielipiteillään on suuri merkitys.

Jatkotutkimusmahdollisuutena opinnäytetyössäni olisi kehittämis ehdotuksieni käyttöönotto tai niiden kokeilu ravintolassa. Kaikki kehittämis ehdotuskohdat ovat mahdollisia toteuttaa, minkä vuoksi olisi hieno huomata, toimivatko ne käytännössä. Tämän jälkeen olisi mahdollista toteuttaa sama kysely uudestaan ja nähdä onko asiakastyytyväisyys parantunut. Jatkotutkimusmahdollisuutena voisi myös toteuttaa tämä sama tutkimus kaikissa kolmessa Ristorante Momentossa. Tällä tavalla saataisiin laajempi ja yhtenäisempi kuva ravintolasta ja näiden kaikkien kolmen ravintolan lapsiystävällisyydestä.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitkä ovat viihtyvyyteen vaikuttavia tekijöitä lapsiperheille ravintolassa ja miten heidän ravintolakokemustaan pystyttäisiin parantamaan Ristorante Momentossa Lahdessa. Työn tarkoituksena oli saada käyttökelpoisia kehitysideoita Ristorante Momentolle lapsiystävällisyyden parantamiseen. Saavutin työlleni asettamat tavoitteet ja sain vastaukset tutkimuskysymyksiini.

Opinnäytetyöni on tapaustutkimus, jossa käytin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Aloitin opinnäytetyön helmikuussa ja sain sen valmiiksi huhtikuun loppuun mennessä. Tapaustutkimus toteutettiin nettikyselyn ja asiantuntijahaastattelujen avulla. Asiantuntijahaastattelut toteutettiin huhtikuun alussa. Nettikysely kerättiin kyselylomakkeella, jonka jaoin vauva.fi-sivustolla ja Facebookin äiti-ryhmissä. Kysely toteutettiin viikon ajan maaliskuun lopussa, jonka jälkeen olin saanut 94 vastausta.

Työn alussa kerroin lapsiperheiden olevan suuri asiakasryhmä ja heidän palvelukäyttäytymisensä vaikuttaa suuresti ravintolan arkeen. Tämän vuoksi ruokaravintoloiden tulisi kiinnittää huomiota lapsiperheisiin ja heidän tarpeisiinsa ravintolassa. Tutkimustulokset vahvistavat tämän asian ja tuloksista selvisi, että nykypäivänä 30–40 -vuotiaat ovat pienten lasten vanhempia ja ruokailevat usein ravintoloissa, mikä auttaa kohdentamaan kehitysideat oikeaan asiakasryhmään.

Opinnäytetyön tietoperustassa käsittelin asiakaspalvelua ravintolassa, mitä kaikkea palveluun liittyy, lapsiperheiden ja lasten käyttäytymistä ravintolassa sekä ravintoloiden tarjontaa lapselle. Tietoperusta loi rungon kyselylomakkeelle ja tulosten käsittelylle.

Opinnäytetyön alussa esitin kaksi tutkimuskysymystä työlleni, joihin pyrin vastaamaan. Ensimmäisenä tutkimuskysymyksenä oli, mitkä ovat viihtyvyyteen vaikuttavia tekijöitä lapsiperheille ravintolassa. Tuloksista selvisi, että lapsiperheet kokivat olevansa tervetulleita ravintoloihin, mikä luo ensimmäisen viihtyvyyden elementin. Tuloksista selvisi myös, että

tärkeimmät viihtyvyyteen vaikuttavat tekijät olivat palvelu, oheistuotteet, leikkipaikka ja saniteettitilat.

Työn teoriaosassa kerrottiin lapsien ja heidän vanhempien olevan tärkeitä ja vaativia asiakkaita, joita likainen syöttötuoli tai rikkinäiset lelut eivät houkuta. (Hemmi ym. 2008, 40). Hemmi toteaa myös, että siisteys, nopea palvelu ja lapset huomioon ottava ympäristö ovat suurimpia viihtyvyyteen vaikuttavia tekijöitä ravintolassa, jotka myös tutkimustulokseni vahvistavat. Tuloksista selvisi, että viihtyvyyteen vaikuttaa kaikki palvelusta, oheistuotteisiin ja sisustukseen. Kaikki mitä tilassa tapahtuu vaikuttaa asiakkaan olotilaan ja käyttäytymiseen, kuten yleinen viihtyvyys, ilmapiiri, visuaalisuus, ravintolan siisteys ja tuoksut. (Rissanen 2006, 216).

Toisena kysymyksenä oli, miten lapsiperheiden ravintolakokemusta pystyttäisiin parantamaan Ristorante Momentossa Lahdessa. Kyselyn vastausten, asiantuntijahaastattelujen ja oman hiljaisen tietoni perusteella kokosin Ristorante Momentolle kehitysehdotuksia, jolla se pystyisi parantamaan lapsiperheiden ravintolakokemusta. Kehittämiskohdiksi tuloksista nousi leikkipaikka, oheistuotteet, lasten huomioiminen ja palvelu sekä saniteettitilat. Näiden viiden kohdan parantamisella Ristorante Momento voisi vaikuttaa lapsiperheiden ravintolakokemukseen.

Työn teoriaosuudessa esiteltiin nykypäivän ravintoloita ja kauppakeskusten vetovoimaa. Tuloksista selvisi, että lapsiperheet kaipaavat Ristorante Momentoon parempaa leikkipaikkaa, johon lapset pääsisivät rauhassa leikkimään ja tällä aikaa aikuiset pystyvät hengähtämään hetkeksi. Myös saniteettitilojen tärkeyttä korostettiin, koska on tärkeää päästä huolehtimaan perheen pienemmistä helposti, jos tiloista löytyy kaikki tarvittavat välineet. Nämä tutkimustulokset vahvistavat teoriaosuudessa kerrottuja Heikkinen ym. (2003) liikennekeskuksien ja kauppakeskuksien tarkoituksista. Heikkinen ym. (2003) kertovat liikennekeskusten olevan henkisiä ja fyysisiä tankkausasemia, jossa raskaan liikenteen kuljettajat voivat pitää lakisääteisen tauon, lapset saavat liukua mäkeä ja hyppiä pallomeressä ja vanhemmat saavat huolehtia perheen pienemmistä.

Työssäni ei ollut tarkoitus puuttua ruokalistaan tai hinnan vaikutukseen. Sain kuitenkin ruokalistasta ja sen merkityksestä paljon avoimia vastauksia, joten minun oli pakko ottaa se työssäni osittain huomioon. Silti valitsin olla huomioimatta ruokalistaa ja hinnan merkitystä kehitysehdotuksissani.

LÄHTEET

Painetut lähteet:

Abubakar, B & Mavondo, F. 2014. Tourism Destinations: Antecedents to Customer Satisfaction and Positive Word-of-Mouth. Routledge: Taylor & Francis Group. Journal of Hospitality Marketing & Management, Vol. 23, 7-8, 833-864.

Eräsalo, U. 2011. Palvelu ammattina. Vantaa: Restamark Oy.

Grönroos, C. 2010. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Juva: WS Bookwell Oy.

Hannula, P., Ingberg, P. & Virta, M. 2012. Palvelua, kiitos – asiakaspalvelun saloja. Turenki: Kirjapaino Jaarli Oy.

Heikkinen, V.A., Inkinen, S. & Kortelampi, S. 2003. Maine – Miten hotelli- ja ravintola-alan yritysten maine muodostuu? Helsinki: Kirjapaino Nomini.

Hemmi, M., Häkkinen, U. & Lahdenkauppi, M. 2008. Avec - asiakaspalvelua ravintolassa. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Kortelainen, A. 2005. Päivä naisten paratiisissa. Porvoo: WSOY.

Miao, L. 2014. Emotion Regulation at Service Encounters: Coping with the Behavior of Other Customers. Routledge: Taylor & Francis Group. Journal of Hospitality Marketing & Management, Vol. 23, 1-2, 49-76.

Mäkelä, J., Palojoki, P. & Sillanpää, M. 2003. Ruisleivästä pestoon – Näkökulmia muuttuvaan ruokakulttuuriin. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät – Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät – Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro Oy.

Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti.

Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S. & Hogg, M.K. 2006. Consumer Behaviour – A European Perspective. Third edition. Prentice Hall.

Torres, E.N. 2014. Deconstructing Service Quality and Customer Satisfaction: Challenges and Directions for Future Research. Routledge: Taylor & Francis Group. Journal of Hospitality Marketing & Management, Vol. 23, 5-6, 652-677.

Sähköiset lähteet:

Bitner, M.1992. Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. American marketing association [viitattu 10.2.2015]. Saatavissa: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/1252042?uid=378635911&uid=3737976&uid=2&uid=3&uid=67&uid=368099031&uid=62&sid=21106739357453>

Chang, K.-C., Chen, M.-C. & Hsu, C.-L. 2010. Applying loss aversion to assess the effect of customers' asymmetric responses to service quality on post-dining behavioral intentions: An empirical survey in the restaurant sector. International Journal of Hospitality Management [viitattu 18.3.2015]. Saatavissa: <http://ir.nctu.edu.tw/bitstream/11536/14079/1/000280727000010.pdf>

Childfriendly. 2014. What makes a restaurant childfriendly? [viitattu 10.2.2015]. Saatavissa: <http://www.childfriendly.co.uk/family-restaurants/what-makes-them-childfriendly/>

Huhtala, M. 2015. Asiakaspalvelu vaatii psykologista silmää [viitattu 10.2.2015]. Saatavissa: http://herkkuammatti.fi/pdf/Fidary_asiakaspalvelu_lowres.pdf

Lehtinen, E. 2011. Miten lasta kohdellaan ravintolassa? Aromi [viitattu 10.2.2015]. Saatavissa: <http://aromilehti.fi/aromi-lehti/2011/11/miten-lastakodellaan-ravintolassa/>

Mongdong, M.A. 2015. The analysis of service quality, innovation, and corporate image on customer loyalty of ragey von von restaurant Jurnal EMBA. Vol.3 No.1 Maret 2015, Hal. 316–324 [viitattu 18.3.2015].

Saatavissa:

<http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/7102/6614>

Mäkinen, P. 2015. Asiakaslähtöinen palvelu – Mitä se on vai onko sitä? [viitattu 8.2.2015]. Saatavissa:

<https://www.oamk.fi/luova/docs/ajankohtaista/Pekka%20Makinen%2028052009.pdf>

Ranta, E. 2012. Kiljuvat lapset ja vaativat vanhemmat – siinäpä haaste ravintoloille. Taloussanomat [viitattu 25.2.2015]. Saatavissa:

<http://www.taloussanomat.fi/ihtiset/2012/02/13/kiljuvat-lapset-ja-vaativat-vanhemmat-siinapa-haaste-ravintoloille/201223044/139>

Ristorante Momento. 2015. Ravintola [viitattu 7.2.2015]. Saatavissa:

<http://www.ristorantemomento.fi/>

Tilastokeskus. 2014. Lapsiperheiden määrä vähenee edelleen [viitattu 8.2.2015]. Saatavissa: http://www.stat.fi/til/perh/2013/perh_2013_2014-05-23_tie_001_fi.html

Haastattelut:

Jokivirta, R. 2015. Vuorovastaava. Ristorante Momento. Haastattelu 5.2.2015.

Kainulainen, M. 2015. Ryhmäpäällikkö. Hämeenmaa. Haastattelu 1.4.2015.

Kovanen, S. 2015. ABC- Ketjujohtaja. Hämeenmaa. Haastattelu 8.4.2015

LIITTEET

LIITE 1 Kyselylomake

LIITE 2 Kyselyn vastaukset

Liitteessä kaksi ei näy avoimien kysymysten vastauksia lopullisessa opinnäytetyössäni, koska vastaukset sisältävät yritystä koskevaa tietoa.

LIITE 1 Kyselylomake



Mitä lapsiperheet kaipaavat ravintola kokemukseltaan?

Taustatiedot

1. Ikä? *

- ☐ 18–20
- ☐ 20–25
- ☐ 25–30
- ☐ 30–40
- ☐ 40+

2. Mikä on nykyinen siviilisäätyenne? *

- ☐ Naimisissa
- ☐ Avoliitossa
- ☐ Rekisteröidyssä parisuhteessa
- ☐ Eronnut
- ☐ Leski
- ☐ Naimaton

3. Monta lasta perheessänne on? *

- ☐ 0
- ☐ 1

- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6+

Lapsiystävällinen ravintola?

4. Lapsiystävällisestä ravintolasta tulisi löytyä? *

Voit valita useamman kuin yhden vastauksen

- ☐ Syöttötuoleja
- ☐ Ruokalappuja
- ☐ Leikkipaikka
- ☐ Lasten aterimet
- ☐ Piirustusvälineitä
- ☐ Muuta, mitä?

5. Ovatko lapsiperheet mielestäsi nykyään tervetulleita ravintoloihin? *

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

Ristorante Momento

6. Oletko ruokaillut Ristorante Momentossa? *

- ☐ Kyllä
- ☐ En

7. Onko Ristorante Momento mielestäsi lapsiystävällinen ravintola? *

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei
- ☐ En ole ruokaillut Ristorante Momentossa

8. Jos ei niin, miksi?

9. Ristorante Momenton viihtyvyys lapsiperheille? *

	Erittäin huono	Huono	Hyvä	Erittäin hyvä	Ei kokemusta
Palvelun ystävällisyys?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelun nopeus?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lapsiin kiinnitetty huomio ja palvelu?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lapsille tarkoitetut oheistuotteet?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lastenkattaus (lapsille tarkoitetut aterimet, lautaset, lasit yms.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ravintolan sisustus?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ravintolan viihtyvyys?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Mitkä ovat sinulle tärkeitä asioita, jotka tekevät ravintolasta lapsiystävällisen?

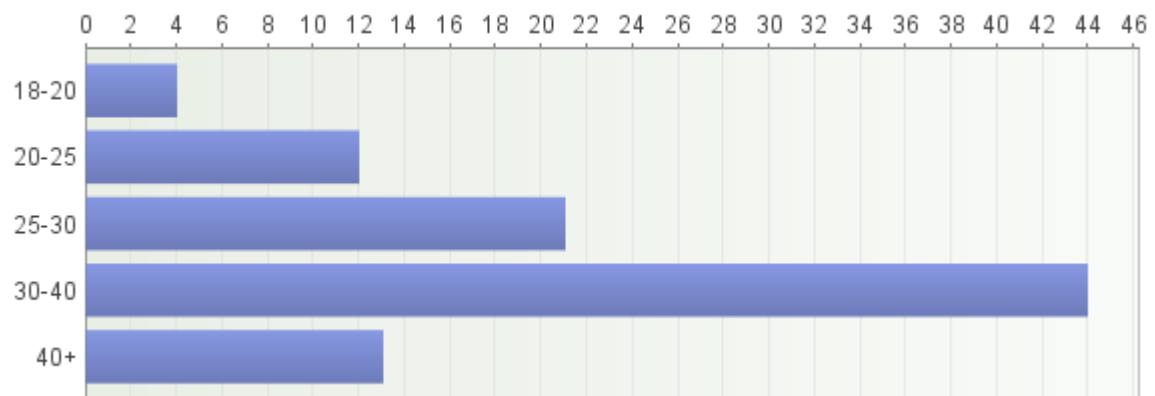
(Palvelun ystävällisyys, lasten oheistuotteet, yms.)

LIITE 2 Kyselyn vastaukset

Mitä lapsiperheet kaipaavat ravintola kokemukseltaan? - Perusraportti

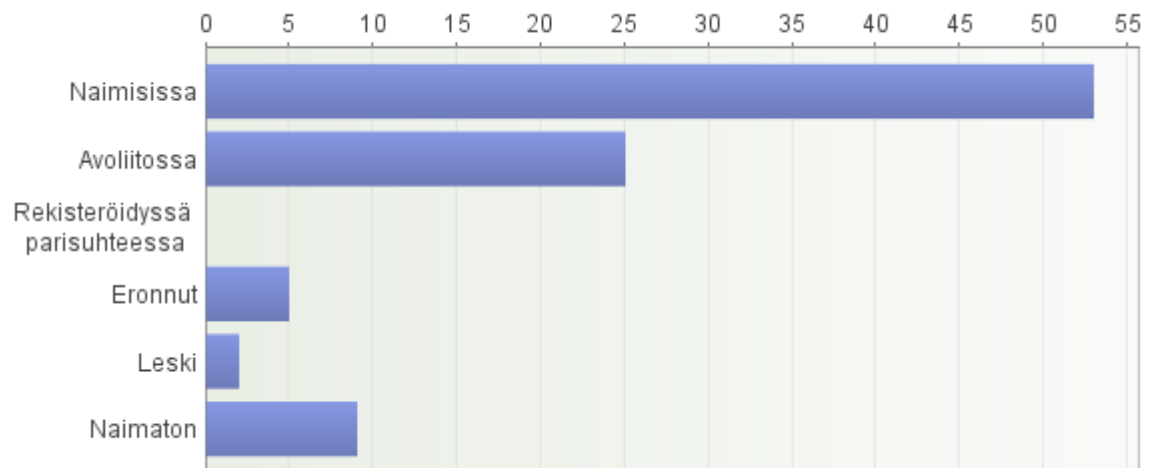
1. Ikä?

Vastaajien määrä: 94



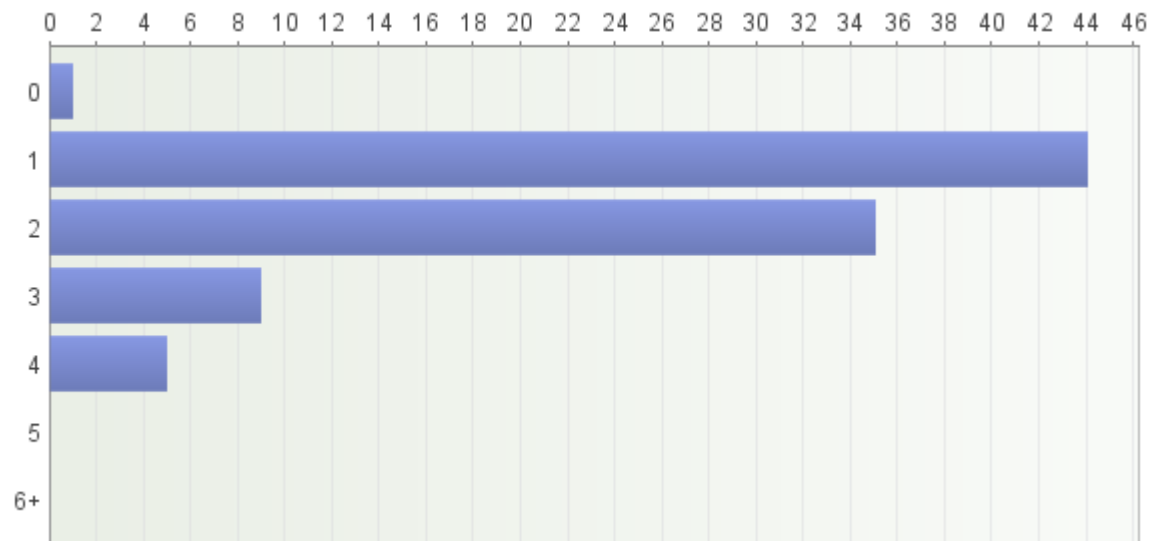
2. Mikä on nykyinen siviilisäätynne?

Vastaajien määrä: 94



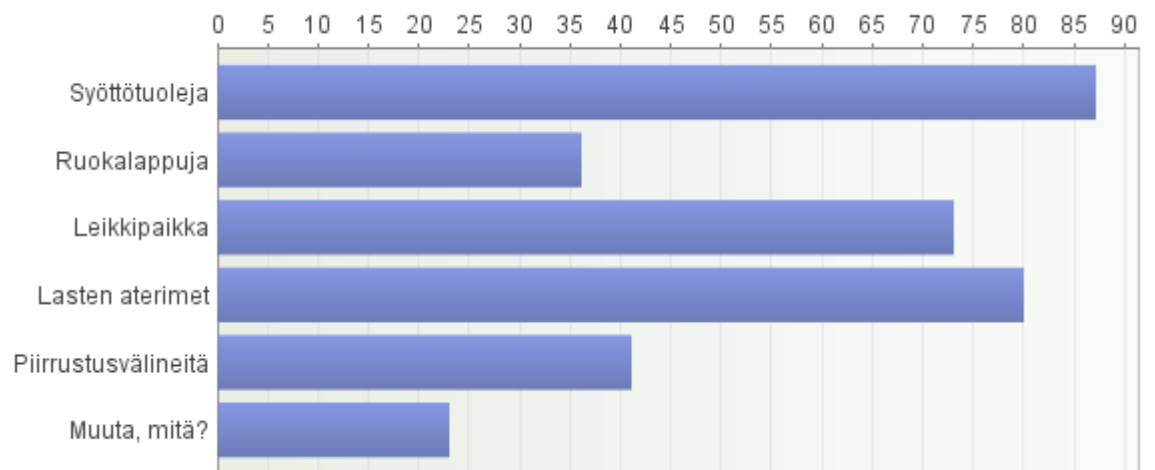
3. Monta lasta perheessänne on?

Vastaajien määrä: 94



4. Lapsiystävällisestä ravintolasta tulisi löytyä?

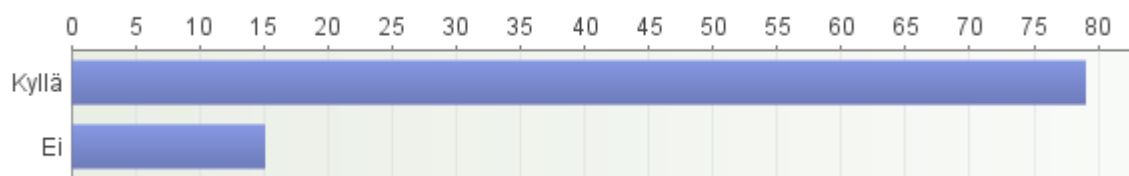
Vastaajien määrä: 94



Avoimet vastaukset: Muuta, mitä?

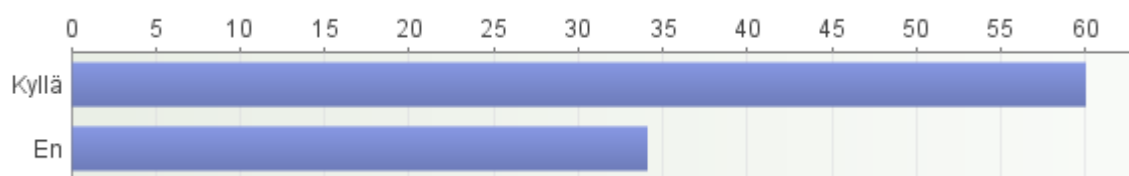
5. Ovatko lapsiperheet mielestäsi nykyään tervetulleita ravintoloihin?

Vastaajien määrä: 94



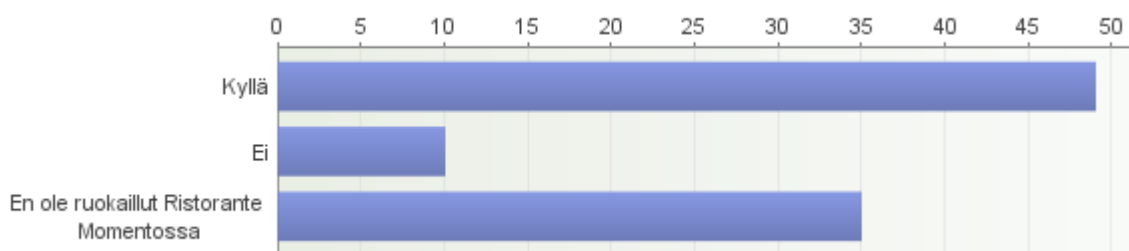
6. Oletko ruokaillut Ristorante Momentossa?

Vastaajien määrä: 94



7. Onko Ristorante Momento mielestäsi lapsiystävällinen ravintola?

Vastaajien määrä: 94



8. Jos ei niin, miksi?

Vastaajien määrä: 17

9. Ristorante Momenton viihtyvyys lapsiperheille?

Vastaajien määrä: 94

	Erittäin huono	Huono	Hyvä	Erittäin hyvä	Ei kokemusta	Yhteensä	Keskiarvo
Palvelun ystävällisyys?	0	3	45	13	33	94	3,81
Palvelun nopeus?	0	4	40	17	33	94	3,84
Lapsiin kiinnitetty huomio ja palvelu?	1	17	37	2	37	94	3,61
Lapsille tarkoitetut oheistuotteet?	2	32	15	0	45	94	3,57
Lastenkattaus (lapsille tarkoitetut aterimet, lautaset, lasit yms.)	4	20	23	2	45	94	3,68
Ravintolan sisustus?	1	13	46	1	33	94	3,55
Ravintolan viihtyvyys?	0	11	48	2	33	94	3,61
Yhteensä	8	100	254	37	259	658	3,67

10. Mitkä ovat sinulle tärkeitä asioita, jotka tekevät ravintolasta lapsiystävällisen?

Vastaajien määrä: 58